

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**
«ИНСТИТУТ ПИЩЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА» - филиал
Государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Нижегородский государственный инженерно-экономический университет»
(ИПТД-филиал ГБОУ ВО НГИЭУ)

Факультет технологии и дизайна

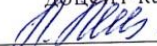
Кафедра дизайна, конструирования и сервисных технологий

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ
к выполнению отчетов по учебной, производственной и преддипломной
практик


Специальность 42.02.01 Реклама

Согласовано:
Заведующий кафедрой,

доцент кафедры ДКиСТ

 — Д.В.Павлова

Руководитель ППССЗ 42.02.01 Реклама
ст. преподаватель кафедры ДКиСТ

 — Н.А.Краева

Нижний Новгород
2021 год

Содержание

Введение

1. Цели и задачи конкретных видов практик
 - 1.1 Организация учебной(ознакомительной) практики
 - 1.2 Организация производственной (организационно-управленческой) практики
 - 1.3 Организация преддипломной практики
2. Требование к содержанию отчета о прохождении практики
3. Требования к оформлению отчета по практике
 - 3.1. Оформление листов текстовой части
 - 3.2. Оформление введения
 - 3.3. Оформление основной части отчета
 - 3.4. Оформление списка литературы
 - 3.5. Оформление заключения
 - 3.6. Оформление приложения

Введение

Учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама (квалификация специалист по рекламе) предусмотрены учебная, производственная (по профилю специальности) и производственная (преддипломная) практики.

Практика – это вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку студентов.

Цели, задачи и содержание конкретного вида практики определяются соответствующими программами.

Практика проводится на профильных предприятиях, деятельность которых соответствует профильным компетенциям, осваиваемых в рамках ППССЗ, а именно в рекламных агентствах полного и не полного цикла, в отделах рекламы различных производств, отделах менеджмента и маркетинга, в медиа-холдингах, брендинговых агентствах, в типографиях и рекламно-производственных компаниях.

Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые студентами в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают у них практические навыки и способствуют комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Практики проводятся в дискретной форме, путем выделения в календарном учебном графике периода учебного времени для проведения каждого вида практики. Способы проведения: стационарный – на базовых предприятиях Н.Новгорода; выездной – на предприятиях разработки и производства рекламы других населенных пунктов.

Основными документами, регламентирующими проведение практик, являются:

- положение о практике студентов НГИЭУ;
- программа практики;
- приказ о проведении практики по направлениям подготовки с указанием сроков и продолжительности;
- договоры с организациями на проведение практики;
- приказ о распределении студентов по базам практики и назначении руководителей;
- график практики.

По результатам практик студенты составляют отчет о выполнении работ в соответствии с программой практики, свидетельствующий о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении компетенций.

Вместе с отчетом студент представляет на кафедре ДКиСТ:

- отзыв руководителя практики от предприятия;
- дневник прохождения практики с подписью руководителей практике от ИПТД и предприятия и печатью.

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения студентом задач практики, отзыва руководителей об уровне его знаний и квалификации.

Формой аттестации является зачет по итогам практики в виде защиты отчета.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику для повторного прохождения. Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины, получившие неудовлетворительную оценку при защите отчета, могут быть отчислены из института как имеющие академическую задолженность в установленном порядке.

1. Цели и задачи конкретных видов практик

1.1 Организация учебной практики

Цель учебной практики: ознакомление студентов со структурой и характером деятельности рекламного агентства, формирование у студентов представления о технологиях рекламы, месте и роли рекламного творчества в структуре отраслей

экономики, получение опыта в разработке дизайна комплекса рекламных объектов, а также профессиональной позиции будущего выпускника.

Задачами практики являются:

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний;
- ознакомление с деятельностью предприятия рекламы, применяемыми технологиями, организационной культурой;
- воспитание у студентов потребности в квалифицированной подготовке; формирование профессиональных компетенций;
- осознание социальной значимости будущей профессии;
- приобретение практических навыков будущей профессии;
- развитие у студентов профессионального мышления, организаторских, творческих способностей, направленных на решение задач, связанных с деятельностью рекламных предприятий;
- формирование у студентов практикоориентированных умений и навыков, развитие способностей для успешного осуществления работы в сфере рекламы.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков является важным и ответственным этапом получения среднего профессионального образования. В период практики создаются оптимальные условия, позволяющие студентам проявить свои личностные качества, развить профессиональные качества и приобрести начальные навыки и элементы практической профессиональной деятельности, значимые для специалиста по рекламе. Данный вид практики является необходимым этапом формирования у обучающихся требуемых компетенций.

В качестве баз практики выбираются предприятия (организации), отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать профилю подготовки студента и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Местом прохождения практики могут быть предприятия рекламной сферы деятельности, а именно рекламные агентства полного и не полного цикла, отделы рекламы различных производств, отделы менеджмента и маркетинга, медиа-холдинги, брендинговые агентства, типографии и рекламно-производственные компании.

Перед началом практики студенты должны:

- принять участие в организационном собрании по практике;
- получить направление (договор) на практику;
- получить задания;
- изучить задания и спланировать прохождение практики;
- согласовать с руководителем практики от образовательного учреждения структуру учебной практики и план ее прохождения.

Трудоемкость учебной практики – 288 часов (8 з.е)

1.2 Организация производственной (организационно-управленческой) практики

Цель производственной (по профилю специальности) практики – исследование организационно-управленческой структуры предприятия, анализ внутренней и внешней рекламной среды предприятия практики, а также получение опыта в разработке дизайна комплекса рекламных объектов.

В задачи практики входят:

- изучение сферы деятельности, организационной структуры управления предприятием, его организационно-правовой формы, направлений его деятельности;
- изучение организационной структуры управления предприятием;

- сбор и обработка материалов для подготовки и написания курсовой работы (курсового проекта);
- приобретение знаний в области разработки и создания рекламной продукции;
- формирование и закрепление навыков в области производства рекламной продукции;
- наработка опыта в разработке маркетинговой части бизнес-плана для новых проектов;
- изучение особенностей планирования в рекламном менеджменте;
- формирование навыка выполнения в качестве посредника работ по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, обеспечения выполнения коммерческих задач;
- получение опыта в оформлении договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- приобретение умений ведения переговоров с заказчиком, в организации связей со средствами массовой информации и проведении мероприятий по связям с общественностью.
- систематизация, обобщение, закрепление и углубление знаний и умений, формирование у студентов общих и профессиональных компетенций.

Производственная практика проводится в форме профессиональной деятельности студентов на функциональных рабочих местах предприятий производства рекламной продукции в соответствии со специальностью среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама. Базовыми для освоения данной практики служат междисциплинарные курсы профессиональных модулей.

Практика осуществляется на функциональных рабочих местах предприятий рекламы в соответствии со специальностью и квалификацией выпускника.

Практика проводится после прослушивания основного курса в сроки, определяемые подразделением, отвечающим за её организацию и проведение (4,6,7,8 семестры).

Трудоемкость производственной (по профилю специальности) практики – 540 часов (15 з.е.).

1.3 Организация преддипломной практики

Цель преддипломной практики – закрепить теоретические и практические знания, полученные студентами за время обучения, сформировать умения и навыки, которые студент сможет применять в профессиональной деятельности, а также необходимые универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

В задачи практики входят:

- сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы;
- критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам;
- разработка перспективных направлений дальнейшего развития предприятия;
- получение положительной аттестации от руководства организации с целью дальнейшего устройства на работу.

Преддипломная практика является важной составной частью процесса подготовки квалифицированных специалистов в области рекламы. Это самостоятельная дисциплина учебного плана, интегрированная в учебный процесс и направленная на формирование профессиональных компетенций. В ходе преддипломной практики происходит закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы.

Базовыми для освоения данной практики служат междисциплинарные курсы профессиональных модулей.

Практика осуществляется на функциональных рабочих местах рекламно-производственных компаний в соответствии со специальностью и квалификацией выпускника.

Практика проводится после прослушивания основного курса в сроки, определяемые подразделением, отвечающим за её организацию и проведение.

Трудоемкость преддипломной практики – 144 часа (4 з.е).

2. Требования к содержанию отчета о прохождении практики

Отчет о прохождении практики должен содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- индивидуальное задание на практику;
- содержание;
- введение;
- основной раздел;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Объем отчета должен составлять 15-30 страниц.

Титульный лист оформляется по образцу, указанному в программе практики.

В *содержании* указываются все разделы отчета с указанием страниц.

Во *введении* отражаются: цель и задачи прохождения практики, компетенции, которые должны быть сформированы и период проведения практики.

Индивидуальное задание выдается на преддипломную практику. Оно связано с темой выпускной квалификационной работы. Индивидуальное задание может выдаваться и на производственную практику и может быть связано с темой курсового проекта.

Основной раздел включает все вопросы, выносимые на отработку практики по этапам ее прохождения.

В *заключении* излагаются основные результаты прохождения практики, оценивается успешность решения поставленных задач и степень достижения цели практики.

Список использованных источников должен включать в себя перечень законодательных и нормативных правовых актов, литературных и других источников, действительно использованных при подготовке и написании отчета, и состоять не менее чем из 5 позиций.

Приложения помещаются в отчет при необходимости. В качестве приложений могут быть представлены различные нормативные документы, а также законодательные акты (либо их фрагменты), иллюстрации или аргументации положений отчета, а также другие материалы.

Студенты, кроме отчета должны предоставить электронную презентацию.

По окончании практики студент сдает и защищает отчет в форме зачета (зачтено/не зачтено) руководителю практики от института.

При оценке учитывается содержание и правильность оформления отчета по практике, а также ответы на вопросы в ходе защиты отчета.

Итоги практики обсуждаются на заседании кафедры.

Критерии оценки защиты отчетов:

Оценка «отлично» выставляется при полном выполнении программы практики, получении отличного отзыва, оформлении отчета в соответствии с требованиями и ответах на вопросы, определяющих сформированность всех компетенций.

Оценка «хорошо» выставляется при полном выполнении программы практики, получении как минимум хорошего отзыва, оформлении отчета в соответствии с

требованиями и ответах на вопросы, подтверждающих сформированность компетенций, но не в полном объеме.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при полном выполнении программы практики, оформление отчета в соответствии с требованиями и ответах на вопросы, подтверждающих лишь частичное формирование компетенций.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при невыполнении программы практики, оформление отчета с нарушением требований и слабым ответе на вопросы преподавателя.

3. Требования к оформлению отчета по практике

3.1 Оформление листов текстовой части

Отчет должен быть выполнен с использованием компьютера и распечатан на принтере на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210 x 297 мм) ГОСТ 2.301-68.

Текстовая часть отчета выполняется с соблюдением следующих размеров полей:

- левое – 30 мм,
- правое – 10 мм,
- верхнее – 20 мм,
- нижнее – 20 мм.

При выполнении текстовой части работы на компьютере текст должен быть оформлен в текстовом редакторе *Word for Windows*.

Тип шрифта: *Times New Roman*. Шрифт основного текста: обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов (глав) подразделов: полужирный, размер 14 пт. Цвет шрифта должен быть черным.

Межсимвольный интервал: обычный. Межстрочный интервал - полуторный. Абзацный отступ – 1,25 см.

Страницы текста подлежат обязательной нумерации, которая проводится арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Первой страницей считается титульный лист, но номер страницы на нем не проставляется.

Каждый структурный элемент отчета следует начинать с нового листа (страницы).

3.2 Оформление введения отчета

Введение – это краткое вступление к работе. Введение в отчете должно включать:

- формулировку цели, которую надо достигнуть, и задач, которые следует решить при прохождении практики;
- место проведения практики и краткая характеристика предприятия;
- период времени проведения практики;
- обзор методов, используемых при решении поставленных задач и написании отчета;
- самоорганизацию самостоятельной работы.

3.3 Оформление основной части отчета

В основной части отчета раскрываются все виды выполненной работы по разделам практики с учетом поставленных задач.

На подготовительном этапе определяются правила трудового распорядка, правила техники безопасности, понимание индивидуального задания.

На производственном этапе определяются, анализируются и оцениваются те виды работ, которые указаны в программе практики. Для учебной практики – это структура предприятия, общая технологическая последовательность производства швейных изделий, выполнение технологических операций; для производственной практики – это анализ и освоение проектных и технологических процессов на всех этапах производства рекламной продукции (креативно-исследовательский, креативно-проектный, креативно-

технологический), получение производственного опыта и навыков работы специалиста по рекламе, графического дизайнера; для преддипломной практики – это, кроме того, получение производственного опыта и навыков работы в управленческой и в планово-экономической деятельности предприятия.

На заключительном этапе проводится обработка и анализ полученной информации, систематизация фактического и литературного материала, выполнение индивидуального задания.

3.4 Оформление списка литературы

Список использованных литературных источников составляется в соответствии с ГОСТ 7.1 – 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». ГОСТ 7.1 – 2003 — составная часть работы и включает все источники, которые были изучены при прохождении практики. Литература группируется в списке в следующем порядке:

1) Нормативно-правовые акты органов законодательной и исполнительной власти: Конституция, Законы, Указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ – в хронологической последовательности.

2) Отраслевые нормативно-технические документы, стандарты.

3) Источники статистических данных.

4) Документы и материалы государственных архивных учреждений в хронологической последовательности.

5) Книги и статьи на русском языке – в алфавитном порядке.

6) Книги и статьи на иностранных языках – в алфавитном порядке. Включенная в список литература нумеруется сплошным порядком от первого до последнего названия.

3.5 Оформление заключения

Заключение является завершающей (итоговой) частью всей работы. На основе поставленных во введении задач, студент излагает основные выводы, к которым он пришел в результате прохождения практики. Выводы и предложения могут формулироваться в виде кратких тезисов с нумерацией отдельных пунктов. Выводы должны носить конкретный и конструктивный характер, быть четко сформулированными и отражать теоретическое и практическое значение прохождения практики.

3.6 Оформление приложения

Приложения иллюстрируют все этапы прохождения практики (зарисовки, эскизы, фото-фиксация объектов и макетов, чертежи, таблицы). На все иллюстрации должны быть ссылки в тексте работы (например, «...как отмечено на рис. 2 ...»). Содержание иллюстрации необходимо комментировать, не пересказывая их словами, а выделяя основные закономерности и тенденции, которые в дальнейшем дадут материал для обоснования выводов. Если иллюстративное изображение позаимствовано, надо приводить библиографическую ссылку к тексту иллюстрации или к названию иллюстрации. Подрисуночные надписи оформляются следующим образом: Рисунок 1 – Развертка фирменной упаковочной продукции.