

Департамент культуры города Москвы

**Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение города Москвы
«Театральный художественно-технический колледж»**




ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПОДГОТОВКА

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

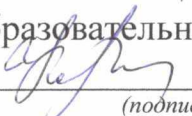
Специальность 42.02.01 Реклама

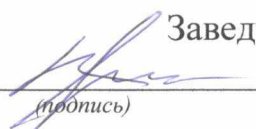
Москва,
2021 год

ОДОБРЕНА
предметной (цикловой) комиссией
специальных дисциплин Реклама и
Мастер по обработке цифровой
информации
Протокол № 2
от « 6 » сентября 2024 г.
Председатель предметной (цикловой)
комиссии


(подпись) / Высоцкая Е.А.
(Ф.И.О.)

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования
42.02.01 Реклама

Начальник отдела по
образовательной деятельности

(подпись) / Коренько Ю.В.
(Ф.И.О.)


(подпись) / Новикова А.В.
(Ф.И.О.)
Заведующая практикой

Составители (авторы):

Высоцкая Екатерина Андреевна, преподаватель специальных дисциплин,
ГБПОУ г. Москвы «ТХТК»

Программа согласована:

Арт директором ООО «Прототип» Брилевской О.

(Ф.И.О., ученая степень, должность, наименование организации)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ПК 1.1, 1.2, ПК 1.3.	МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	144	1-8 недели
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3	МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео	72	1-8 недели
ПК 3.1	МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	72	1-8 недели