ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

ПАСПОРТ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ПРАКТИК

Волгоград 2025

Индекс УП	ПМ (индекс, наименование)	Вид практики (учебная/ поизводственная)	Тип (этап) практики (при наличии)	Сем естр	О б ње м в ч ас
УП. 01.01	ПМ 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Учебная практика	технологическая, программно- технологическая, сборочно- технологическая, механо-начадочная, организационная, станочная, токарная с ЧПУ и др.		36
ПП. 01.01	ПМ 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Производственная практика	технологическая, программно- технологическая, сборочно- технологическая, механо-начадочная, организационная, станочная, токарная с ЧПУ и др.		36
УП. 02.01	ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Учебная практика	· ·		36
ПП. 02.01	ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Производственная практика			36
УП.03.01	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и	Учебная практика			36

	организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий				
ПП.03.01	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Производственная практика			72
УП.04.01	ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях	Учебная практика			36
ПП.04.01	ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях	Производственная практика			72
УП.05.01	ПМ 05. Выполнение работ по профессии 11.010 «фотограф»	Учебная практика			36
ПП.05.01	ПМ 05. Выполнение работ по профессии 11.010 «фотограф»	Производственная практика			36
		Всего практик	X	X	10
		Итого практики	X	X	432

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНАЯ ПРАКТИКИ УП.01.01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ	XAF	PAKTEP	ИСТИКА	РАБО	ЧЕЙ	ПРОГРАМ	мы уч	НЕБНОЙ
ПРА	АКТКИ					. .			3
1.1.	Цель	И	место	практі	ики :	В	структуре	образова	ательной
про	граммы:								
3									
1.2.	Планируем	ње р	езультат	ы освоения	я учебно	ой пр	актики		4
1.3.	Обоснова	ание	часов	практики	в рам	лках	вариативной	й части	ОПОП-
2.		\mathbf{C}'	ТРУКТУ	/PA		И		СОДЕР	ЖАНИЕ
ПРА	АКТИКИ					5			
2.1.	Трудоемко	сть о	своения	практики.					6
2.2.	Структура	прак	гики						7
2.3.								Coa	держание
праі	ктики						1	0	
3.		УСЛ(ВИЯ		РЕАЛИ	ЗАЦ	ИИ	ПРОГІ	РАММЫ
ПРА	АКТИКИ								
	.12								
	-				_		ки		
3.2.	Учебно-ме	тодич	неское о	беспечение	 .				12
3.3.	Общие тре	бован	ния к орг	ганизации	практик	И			15
3.4.	Кадровое с	бесп	ечение п	роцесса пр	актики.			• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	15
4.	-						ЗУЛЬТАТОВ		
ПРА									

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки ПМ 01. «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

УП 01.01	ПМ	01	«Проведение	МДК	01.01	Метод	цика	а обуче	кин	предме	ту
	исследо	ваний д	ля создания и	"Физи	ческая	культу	pa"				
	реализаг	ции	рекламного	МДК	01.02	Цели	И	задачи	рек.	памных	И
	продукт	a»		комму	никаці	ионных	I	кампани	й,	акций	И
				мероп	риятий	Ī					

Учебная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Умения, Знания
OK 01	Выбирать способы	Умения:
	решения задач	распознавать задачу и/или проблему
	профессиональной	в профессиональном и/или социальном контексте
	деятельности	анализировать задачу и/или проблему и выделять её
	применительно	составные части
	к различным	определять этапы решения задачи
	контекстам	выявлять и эффективно искать информацию,
		необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы
		в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий
		(самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в
		котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения
		задач и проблем в профессиональном и/или социальном
		контексте
		алгоритмы выполнения работ
		в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач
OTCOS	**	профессиональной деятельности
OK 02	Использовать	Умения:
	современные	определять задачи для поиска информации
	средства поиска,	определять необходимые источники информации
	анализа	планировать процесс поиска

	и интерпретации	структурировать получаемую информацию
	информации	выделять наиболее значимое в перечне информации
	и информационные	оценивать практическую значимость результатов поиска
	технологии для	оформлять результаты поиска, применять средства
	выполнения задач	информационных технологий для решения
	профессиональной	профессиональных задач
	деятельности	использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения
		профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников,
		применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации,
		современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в
		профессиональной деятельности в том числе с
		использованием цифровых средств
OK 03	Планировать	Умения:
OR 03	и реализовывать	определять актуальность нормативно-правовой
	собственное	документации в профессиональной деятельности
	профессиональное	применять современную научную профессиональную
	и личностное	терминологию
	развитие,	определять и выстраивать траектории профессионального
	предпринимательск	развития и самообразования
	ую деятельность	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	В	презентовать идеи открытия собственного дела в
	профессиональной	профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	сфере,	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
	использовать	кредитования
	знания по правовой	определять инвестиционную привлекательность
	и финансовой	коммерческих идей в рамках профессиональной
	грамотности	деятельности
	в различных	презентовать бизнес-идею
	жизненных	определять источники финансирования
	ситуациях	Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой
		документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и
		самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы
		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
OK 04	Эффективно	Умения:
	взаимодействовать	организовывать работу коллектива
	и работать	и команды
	Paccian	

	в коллективе и	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в
	команде	ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива,
		психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
OK 05	Осуществлять	Умения:
	устную	грамотно излагать свои мысли
	и письменную	и оформлять документы по профессиональной тематике
	коммуникацию	на государственном языке, проявлять толерантность в
	на государственном	рабочем коллективе
	языке Российской	Знания:
	Федерации с	особенности социального и культурного контекста;
	учетом	правила оформления документов
	особенностей	и построения устных сообщений
	социального	
	и культурного	
	контекста	
OK 07	Содействовать	Умения:
	сохранению	соблюдать нормы экологической безопасности;
	окружающей	определять направления ресурсосбережения
	среды,	в рамках профессиональной деятельности
	ресурсосбережени	по специальности, осуществлять работу с соблюдением
	ю, применять	принципов бережливого производства
	знания	организовывать профессиональную деятельность с учетом
	об изменении	знаний об изменении климатических условий региона
	климата, принципы	Знания:
	бережливого	правила экологической безопасности при ведении
	производства,	профессиональной деятельности
	эффективно	основные ресурсы, задействованные
	действовать в	в профессиональной деятельности
	чрезвычайных	пути обеспечения ресурсосбережения
	ситуациях	принципы бережливого производства
		основные направления изменения климатических условий
		региона
OK 09	Пользоваться	Умения:
	профессиональной	понимать общий смысл четко произнесенных
	документацией	высказываний на известные темы (профессиональные и
	на государственном	бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные
	и иностранном	темы
	языках	участвовать в диалогах на знакомые общие
		и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей
		профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие
		и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или
		интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на
L	1	1 P

профессиональные темы
основные общеупотребительные глаголы (бытовая и
профессиональная лексика)
лексический минимум, относящийся к описанию
предметов, средств и процессов профессиональной
деятельности
особенности произношения
правила чтения текстов профессиональной
направленности

	1	ла чтения текстов профессион вленности	IWIDIION
Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 1.1.	Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствых арактеристикам аудитории - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать участие в исследовании.	аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
ПК 1.2.	- производить качественные аналитические исследованиз рынка.		- проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.

ПК			
	- производить качественные	- отраслевую	- выявления
1.3.	аналитические исследования	терминологию;	основных и
	конкурентной среды;	- методики и	второстепенных
	- уметь организовывать и	инструменты для	конкурентов;
	уверенно проводить	проведения	- проведения
	маркетинговые исследования,	маркетингового	качественных
	определять их задачи.	исследования;	аналитических
		- структуру и алгоритм	исследований
		проведения	конкурентной среды.
		исследований и	
		требования к ним;	
		- основ маркетинга.	
ПК	-преобразовывать требования	- принципов выбора	- определения целей
1.4.	заказчика в бриф	каналов коммуникации	и задач рекламных и
		Виды и инструменты	коммуникационных
		маркетинговых	кампаний, акций и
		коммуникаций	мероприятий
		- важность учета	-Планирования
		пожеланий заказчика	системы
		при разработке при	маркетинговых
		планировании	коммуникаций
		коммуникационных	- Разработки
		каналов и разработке	стратегии
		творческих стратегий	маркетинговых
		- важность учета	коммуникаций
		пожеланий заказчика	
		при разработке	
		рекламных носителей	

Цель учебной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 1 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики

В результате прохождения учебной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование	Практический опыт / умения
вида	
деятельности	
ВД 1	Практический опыт
Проведение	- выявления основных и второстепенных конкурентов;
исследовани	- проведения качественных аналитических исследований конкурентной
й для	среды.
создания и	- проведения анализа рынка;
реализации	- проведения качественных аналитических исследований рынка;
рекламного	- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения
	маркетинговых исследований объекта рекламирования.

продукта

- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
- -Планирования системы маркетинговых коммуникаций
- Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

умения

распознавать задачу и/или проблему

в профессиональном и/или социальном контексте

анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

определять этапы решения задачи

выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы

составлять план действия

определять необходимые ресурсы

владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах

реализовывать составленный план

оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)

определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности

применять современную научную профессиональную терминологию

определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования

выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи

презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план

рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования

определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности

презентовать бизнес-идею

определять источники финансирования

организовывать работу коллектива

и команды

взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности

грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе

соблюдать нормы экологической безопасности;

определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности

по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем,	Форма проведения учебной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
УП. 01.01	36 ч	рассредоточено	2/3

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов				
УП 01 «Пров	УП 01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».								
ПК 1.1.; ПК 1.2.;	Раздел 1. Анализ целевой аудитории,	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике,	Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	9				
ПК 1.3.;	рынка и конкурентов		разработка плана проведения	Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	9				
ПК 1.4.;		2. 3.	исследований потребителей.	Тема 1.13. Комплексное изучение конкурентов.	9				
ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.;	Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1.	 разработка брифа. проведение первичного анализа рынка. 	Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	9				

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
УП 01.01 «Проведение исследовани продукта».	й для создания и реализации рекламного	36 ч
Раздел 1. Анализ целевой аудитории	и, рынка и конкурентов	
Тема 1.1. Анализ целевой	Содержание	9
аудитории, рынка и конкурентов	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории.	
	2. Типы потребителей	
	3. Модель потребительского поведения.	
	4. Процесс анализа целевой аудитории.	
Тема 1.2. Комплексное изучение	Содержание	9
рынка	1. Роль анализа рынка для бизнеса.	
	2. Виды исследований рынка.	
	3. Методы исследований рынка	
	4. Структура и показатели анализа рынка.	
	5. Основные этапы проведения исследования рынка.	
Тема 1.3. Комплексное изучение	Содержание	9
конкурентов.	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса	
	2. Этапы и структура исследования конкурентов	
	3. Методы исследования конкурентов	
	4. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов	
Раздел 2. Цели и задачи рекламных и мероприятий	и коммуникационных кампаний, акций	
Тема 2.1. Сущность рекламных и	Содержание	9
коммуникационных кампаний	1. Понятие брифа, виды брифов	
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний	
	3. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи	
	4. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний	

1	
	5. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний
	6. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании
	7. Оценка эффективности рекламных мероприятий
	8. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе
	9. Виды коммуникационных каналов
	10. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе
Промежуточная аттестация в форме дифф	реренцированного зачёта

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по специальности.

Лаборатория/ мастерская «Информационных и коммуникационных технологий», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по специальности.

Мастерские: «Веб-дизайн и разработка» и «Программные решения для бизнеса», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2. образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

- 1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб.пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2020. -240 с
- 2. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учеб.пособие для средн.проф.образования/ Е.Н.Кнышова. М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с.. -("Проф. образование")
- 3. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург : Лань, 2023. 372 с. ISBN 978-5-507-45867-7. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. URL: https://e.lanbook.com/book/288947 (дата обращения: 03.08.2023). Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 4. Поведение потребителей: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020 152 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-8199-0580-7. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=356130
- 5. Поведение потребителей: учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. —Москва:

Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=356056

- 6. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 307 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-16625-5. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/531393
- 7. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. Москва : Издательство Юрайт, 2022. 342 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-9916-4561-4. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/507803
- 8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 224 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-9916-9651-7. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/513759
- 9. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 315 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-05957-1. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/511785

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие/ П.С. Завьялов. -М.: ИНФРАЛукина А.В. Маркетинг/ А.В. Лукина. -5-е изд., испр. и доп.. -М.: ФО-РУМ, 2008. -240с. ("Профессиональное образование")
- 2. Маркетинг : учебник,практикум и учебно-метод.комплекс по марке-тингу/ Р.Б.Ноздрева,Г.Д.Крылова и др.. -М.: Юристъ, 2002. -568с.
- Маркетинг : Учебный компьютерный курс. -Второе издание. -Саратов: Диполь, 2007. -СД. (Вузовская серия)
- 3. Маркетинг и управление брендом :Пер.с англ.. -М: Альпина Бизнес Букс, 2007. -174 с : ил. -(Серия "Дайджест McKinsey")
- 4. Наумов, В. Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2020. 345 с. + Доп. Материалы (Высшее образование: Бакалавриат). DOI 10.12737/1014653. ISBN 978-5-16-015021-5.
- 5. Блюм М.А. Маркетинг рекламы : учеб.пособие для СПО/ М.А.Блюм, Б.И.Герасимов, Н.В.Молоткова. -М.: ФОРУМ, 2018. -144 с-М, 2008. -496с.. -("Высшее образование")
- 6. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.
- 7. Журнал "Практика Рекламы"
- 8. Журнал "Рекламные идеи"
- 9. Журнал "Мир этикетки"
- 10. Журнал "Лаборатория рекламы"
- 11. Журнал «Со-Общение»
- 12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
- 13. Журнал "Маркетинг Менеджмент"
- 14. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
- 15. Журнал о маркетинге «Маркетинг Pro»

3.3. Общие требования к организации учебной практики

Учебная практика проводится в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной

программе соответствующего профиля (далее — Профильная организация), и образовательным учреждением.

Сроки проведения учебной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика реализуются в форме практической подготовки и проводятся как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса учебной практики

Учебная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

№ п/п	ФИО (при наличии специалиста- практика)	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалистпрактик по основному месту работы или на условиях внешнего совместительства	Занимаемая специалистом- практиком должность	Общий трудовой стаж работы специалиста- практика в организациях, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся обучающиеся
1.	Анисимова Анжелика	Волгоградский Социально-	Преподаватель	20 лет
	Ринатовна	педагогический колледж		
2.	Галкина Лариса Роберотвна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
3.	Чечина Антонина Ивановна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
4.	Шубенкова Юлия Анатольевна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	4 года
5.	Тулупников Илья Андреевич	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	10 лет

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки ¹
ПК 1.1	 - анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.2	 полнота и точность анализа рынка; демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК1.3	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты; Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы;

¹ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПК 1.4	- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.	 при проведении: экзамена, квалификационного; экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Экспертная оценка в рамках текущего контроля: результатов работы на практических занятиях; результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; при выполнении и защите курсовой работы; при проведении: экзамена, квалификационного; экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю.

	личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и	производственной практики. Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление

различий толерантности в коллективе; социального И Экспертное наблюдение культурного контекста; 3a выполнением соблюдать нормы работ. выбора Результатов выполнения самостоятельность индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите монологического высказывания в зависимости курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; его цели целевой И - экзамена по модулю. аудитории учетом различий Экспертная особенностей И оценка освоения культурного профессиональных компетенций в рамках социального и текущего контроля проведения контекста. В ходе производственной практики. **OK 07** Экспертная соблюдения сохранение окружающей оценка правил среды и соблюдения норм экологической в ведении профессиональной экологической безопасности; деятельности; определение направлений Результатов выполнения индивидуальных ресурсосбережения в рамках домашних заданий, при выполнении и защите профессиональной курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; деятельности; - экзамена по модулю. соблюдение правил Экспертная экологической безопасности оценка освоения ведении профессиональных компетенций в рамках профессиональной текущего контроля в ходе проведения производственной практики. деятельности; определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения В чрезвычайных ситуациях; соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. OK 09 эффективность Экспертное поиска наблюдение за выполнением необходимой информации в работ; российских зарубежных Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений источниках: нормативногосударственном Российской правовой документации, языке стандартах; Федерации; Кейс-метод; объективность анализа и Зачет эффективность применения в профессиональной Результатов выполнения индивидуальных деятельности информации, домашних заданий, при выполнении и защите содержащейся в документации курсовой работы, при проведении: профессиональной области - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках

текущего	контроля	В	ходе	проведения
производс	гвенной пра	ктик	α.	

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП.01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРАКТИКИ
1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной
программы:
3
1.2. Планируемые результаты освоения
практики4
1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части
ОПОП-П
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ6
2.1. Трудоемкость освоения производственной практики
2.2. Структура производственной практики
2.3. Содержание производственной практики
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ
12
3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики12
3.2. Учебно-методическое обеспечение
3.3. Общие требования к организации производственной практики15
3.4. Кадровое обеспечение процесса производственной практики15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки ПМ 01. «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

УП 01.01	ПМ	01	«Проведение	МДК	01.01	Метод	ίиκ	а обуче	ния :	предме	ту
	исслед	цований ,	для создания и	"Физи	ческая	культу	pa"				
	реализ	вации	рекламного	МДК	01.02	Цели	И	задачи	рекла	амных	И
	проду	кта»		комму	/никаці	ионных		кампани	й, а	кций	И
				мероп	риятий	Í					

Производственная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Умения, Знания
OK 01	Выбирать способы	Умения:
	решения задач	распознавать задачу и/или проблему
	профессиональной	в профессиональном и/или социальном контексте
	деятельности	анализировать задачу и/или проблему и выделять её
	применительно	составные части
	к различным	определять этапы решения задачи
	контекстам	выявлять и эффективно искать информацию,
		необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы
		в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий
		(самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач
		профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать	Умения:
OK 02	современные	определять задачи для поиска информации
	Современные	определять задачи для поиска информации

средо	ства поиска,	определять необходимые источники информации
аналі	иза	планировать процесс поиска
и инт	герпретации	структурировать получаемую информацию
1 -	рмации	выделять наиболее значимое в перечне информации
	формационные	оценивать практическую значимость результатов поиска
	ологии для	оформлять результаты поиска, применять средства
	лнения задач	информационных технологий для решения
	ессиональной	профессиональных задач
деяте	ельности	использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения
		профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников,
		применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации,
		современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в
		профессиональной деятельности в том числе с
		использованием цифровых средств
	нировать	Умения:
_	ализовывать	определять актуальность нормативно-правовой
	гвенное	документации в профессиональной деятельности
	рессиональное	применять современную научную профессиональную
	ностное	терминологию
разви	принимательск	определять и выстраивать траектории профессионального
_	еятельность	развития и самообразования
B Sto A	сительность	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в
	ессиональной	профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
сфер		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
	льзовать	кредитования
знані	ия по правовой	определять инвестиционную привлекательность
и фил	нансовой	коммерческих идей в рамках профессиональной
граме	отности	деятельности
в раз	личных	презентовать бизнес-идею
неиж	енных	определять источники финансирования
ситуа	ациях	Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой
		документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и
		самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы
		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		1
ОК 04 Эфф	ективно	кредитные банковские продукты Умения:

	взаимодействовать	организовывать работу коллектива
	и работать	и команды
	в коллективе и	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в
	команде	ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива,
		психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
OK 05	Осуществлять	Умения:
	устную	грамотно излагать свои мысли
	и письменную	и оформлять документы по профессиональной тематике
	коммуникацию	на государственном языке, проявлять толерантность в
	на государственном	рабочем коллективе
	языке Российской	Знания:
	Федерации с	особенности социального и культурного контекста;
	учетом	правила оформления документов
	особенностей	и построения устных сообщений
	социального	
	и культурного	
	контекста	
ОК 07	Содействовать	Умения:
	сохранению	соблюдать нормы экологической безопасности;
	окружающей	определять направления ресурсосбережения
	среды,	в рамках профессиональной деятельности
	ресурсосбережени	по специальности, осуществлять работу с соблюдением
	ю, применять	принципов бережливого производства
	знания	организовывать профессиональную деятельность с учетом
	об изменении	знаний об изменении климатических условий региона
	климата, принципы	Знания:
	бережливого	правила экологической безопасности при ведении
	производства,	профессиональной деятельности
	эффективно действовать в	основные ресурсы, задействованные
	чрезвычайных	в профессиональной деятельности
	ситуациях	пути обеспечения ресурсосбережения
	Си гуациях	принципы бережливого производства
		основные направления изменения климатических условий
OY2 00		региона
OK 09	Пользоваться	Умения:
	профессиональной	понимать общий смысл четко произнесенных
	документацией	высказываний на известные темы (профессиональные и
	на государственном	бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные
	и иностранном	темы
	языках	участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей
		профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие
		и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или
		интересующие профессиональные темы
		интересующие профессиональные темы

Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной

	направленности				
Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками		
ПК 1.1.	Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.		
ПК 1.2.	 производить качественные аналитические исследования рынка. 	- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.	- проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований		

ПК 1.3. Производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. При заказчика в бриф При заказчика при разработке при планировании коммуникаций неговых каналов и разработке при празработке при разработке при ра				объекта
ПК				
1.3. аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. ПК -преобразовывать требования заказчика в бриф ПА. заказчика в бриф ПК -преобразовывать требования заказчика в бриф ПА -преобразовывать требования нады и инструменты для проведения маркетингового исследований и требования к ним; - основ маркетинга. ПК -преобразовывать требования заказчика в бриф ПА -преобразовывать требования нады и инструменты маркетинговых коммуникации виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при разработке при планировании коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций надновых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций надновых коммуникаций и маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций и маркетинговых коммуникаций надновых коммуникаций надновым надновых коммуникаций надновых коммуникаций надновым надновых коммуникаций надновым	ПК	- произволить качественные	- отраслевую	1
конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. ПК 1.4. - преобразовывать требования заказчика в бриф - преобразовывать требования при разработке при планировании коммуникаций нероприятий при разработке		•		
- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. ПК 1.4. -преобразовывать требования заказчика в бриф -преобразовывать требования при разработке при планировании коммуникаций коммуникаций коммуникаций коммуникаций и жероприятий при разработке творческих стратегии маркетинговых кампаний заказчика при разработке - уметь организовывать и уверенно проводить маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований конкурентной среды. - при образовывать требования и требования к ним; - основ маркетинга. - при при празработа выбора каналов коммуникации выбора каналов коммуникаций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций и коммуникационных каналов и разработке тратегии маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций коммуникаций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций и коммуника и к	1.3.	• •	*	
уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. ПК -преобразовывать требования заказчика в бриф - преобразовывать требования каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке при разработке при разработке при разработке при разработке при разработки стратегии маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций нари разработке при разработ				-
маркетинговые исследования, определять их задачи. Маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга. ПК -преобразовывать требования заказчика в бриф ПК заказчика в бриф ПО заказчика в бриф П		-	1.0	
определять их задачи. исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга. ПК заказчика в бриф планирований и требования виды и инструменты маркетинговых кампаний, акций и мероприятий ножеланий заказчика при разработке творческих стратегии маркетинговых коммуникаций на важность учета пожеланий заказчика при разработке творческих стратегий на важность учета пожеланий заказчика при разработке творческих стратегий на важность учета пожеланий заказчика при разработке пожеланий заказчика при разработке пожеланий заказчика при разработке пожеланий заказчика при разработке			-	_
- структуру и алгоритм проведения проведения исследований конкурентной среды. ПК 1.4преобразовывать требования заказчика в бриф - принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций неважность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий нажность учета пожеланий заказчика при разработке при разработке при нажность учета пожеланий заказчика при разработке при нажность учета пожеланий заказчика при разработке			*	
проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга. ПК 1.4. заказчика в бриф - принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке творческих стратегий коммуникаций наркетинговых каналов и разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке при наркетинговых коммуникационных коммуникационных коммуникаций наркетинговых наркетин		определять их задачи.	· ·	
исследований и требования к ним; - основ маркетинга. ПК -преобразовывать требования заказчика в бриф - принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникаций нетри разработке творческих стратегий наркетинговых коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникационных коммуникационных каналов и разработке тратегии маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке			10 010	
Требования к ним; - основ маркетинга. ПК 1.4. - преобразовывать требования заказчика в бриф - принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых кампаний, акций и мероприятий - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникаций наркетинговых каналов и разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке - принципов выбора и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций пожеланий заказчика при разработке			_	конкурентной среды.
- основ маркетинга. ПК -преобразовывать требования 1.4. заказчика в бриф - принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых кампаний, акций и мероприятий - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке творческих стратегий маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при разработке пожеланий заказчика при разработке				
ПК 1.4. заказчика в бриф - принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых кампаний, акций и мероприятий - важность учета пожеланий заказчика при разработке при каналов и разработке творческих стратегий коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке творческих стратегии маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при разработке при разработке при коммуникаций коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий маркетинговых коммуникаций маркетинговых коммуникаций маркетинговых коммуникаций маркетинговых коммуникаций маркетинговых коммуникаций маркетинговых коммуникаций			*	
1.4. заказчика в бриф каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых кампаний, акций и мероприятий - важность учета пожеланий заказчика при разработке при коммуникаций коммуникаций коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий наркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке			-	
Виды и инструменты коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - важность учета гиланирования пожеланий заказчика при разработке при маркетинговых коммуникаций коммуникационных коммуникаций - Разработки каналов и разработке стратегии маркетинговых коммуникаций - важность учета коммуникаций пожеланий заказчика при разработке		1 1	- принципов выбора	- определения целей
маркетинговых кампаний, акций и коммуникаций мероприятий - важность учета пожеланий заказчика при разработке при маркетинговых планировании коммуникаций коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке	1.4.	заказчика в бриф	каналов коммуникации	и задач рекламных и
коммуникаций мероприятий - важность учета пожеланий заказчика при разработке при маркетинговых планировании коммуникаций коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий маркетинговых каналов и разработке творческих стратегий маркетинговых коммуникаций пожеланий заказчика при разработке			Виды и инструменты	,
- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникаций коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий маркетинговых коммуникаций заказчика при разработке			маркетинговых	кампаний, акций и
пожеланий заказчика при разработке при маркетинговых планировании коммуникаций гоммуникационных каналов и разработке творческих стратегий маркетинговых важность учета пожеланий заказчика при разработке			коммуникаций	
при разработке при планировании коммуникаций коммуникационных каналов и разработке стратегии маркетинговых творческих стратегий маркетинговых коммуникаций пожеланий заказчика при разработке			- важность учета	-Планирования
планировании коммуникаций - Разработки каналов и разработке стратегии маркетинговых важность учета пожеланий заказчика при разработке			пожеланий заказчика	системы
планировании коммуникаций - Разработки каналов и разработке стратегии маркетинговых важность учета пожеланий заказчика при разработке			при разработке при	маркетинговых
каналов и разработке стратегии творческих стратегий маркетинговых важность учета коммуникаций пожеланий заказчика при разработке			планировании	коммуникаций
каналов и разработке стратегии творческих стратегий маркетинговых важность учета коммуникаций пожеланий заказчика при разработке			коммуникационных	- Разработки
творческих стратегий маркетинговых сважность учета коммуникаций пожеланий заказчика при разработке			1	1
- важность учета коммуникаций пожеланий заказчика при разработке				1 -
пожеланий заказчика при разработке				
при разработке			2	
I DOMININI I I			рекламных носителей	

Цель производственной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 1 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

1.2. Планируемые результаты освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование	Практический опыт / умения
вида	
деятельности	
ВД 1	Практический опыт
Проведение	- выявления основных и второстепенных конкурентов;
исследовани	- проведения качественных аналитических исследований конкурентной
й для	среды.
создания и	- проведения анализа рынка;
реализации	- проведения качественных аналитических исследований рынка;

рекламного продукта

- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
- -Планирования системы маркетинговых коммуникаций
- Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

умения

распознавать задачу и/или проблему

в профессиональном и/или социальном контексте

анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

определять этапы решения задачи

выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы

составлять план действия

определять необходимые ресурсы

владеть актуальными методами работы

в профессиональной и смежных сферах

реализовывать составленный план

оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)

определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности

применять современную научную профессиональную терминологию

определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования

выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи

презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план

рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования

определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности

презентовать бизнес-идею

определять источники финансирования

организовывать работу коллектива

и команды

взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности

грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе

соблюдать нормы экологической безопасности;

определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения производственной практики

Код ПП	Объем,	Форма проведения производственной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
ПП. 01.01	36 ч	рассредоточено	2/3

2.2. Структура производственной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
ПП 01 «Пров	едение исследований для	созда	ния и реализации рекламного продукта»	·	36ч
ПК 1.1.; Раздел 1. Анализ ПК 1.2.; целевой аудитории,		1.	± .	Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	
ПК 1.3.;	рынка и конкурентов		разработка плана проведения	Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	
ПК 1.4.;		2.	исследований потребителей.	Тема 1.13. Комплексное изучение конкурентов.	
		3.			
ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.;	Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1.	 разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. подготовка плана проведения рекламной кампании. 	Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	

2.3. Содержание производственной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
ПП 01.01 «Проведение исследовани продукта».	ий для создания и реализации рекламного	36 ч
Раздел 1. Анализ целевой аудитори	и, рынка и конкурентов	
Тема 1.1. Анализ целевой	Содержание	9
аудитории, рынка и конкурентов	5. Сущность и значение изучения целевой аудитории.	
	6. Типы потребителей	
	7. Модель потребительского поведения.	
	8. Процесс анализа целевой аудитории.	
Тема 1.2. Комплексное изучение	Содержание	9
рынка	6. Роль анализа рынка для бизнеса.	
	7. Виды исследований рынка.	
	8. Методы исследований рынка	
	9. Структура и показатели анализа рынка.	
	10. Основные этапы проведения исследования рынка.	
Тема 1.3. Комплексное изучение	Содержание	9
конкурентов.	5. Роль анализа конкурентов для бизнеса	
	6. Этапы и структура исследования конкурентов	
	7. Методы исследования конкурентов	
	8. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов	
Раздел 2. Цели и задачи рекламных и мероприятий	к и коммуникационных кампаний, акций	
Тема 2.1. Сущность рекламных и	Содержание	9
коммуникационных кампаний	1. Понятие брифа, виды брифов	
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний	
	3. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи	
	4. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний	

-	
	5. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний
	6. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании
	7. Оценка эффективности рекламных мероприятий
	8. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование в рекламе
	9. Виды коммуникационных каналов
	10. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе
Промежуточная аттестация в форме дифф	еренцированного зачёта

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся (далее — Профильные организации).

База прохождения производственной практики должна быть укомплектована оборудованием, техническими средствами обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся. База практики должна обеспечивать безопасные условия труда для обучающихся.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

- 1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб.пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2020. -240 с
- 2. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учеб.пособие для средн.проф.образования/ Е.Н.Кнышова. М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с.. -("Проф. образование")
- 3. Крайнов, Γ . Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Γ . Н. Крайнов. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург : Лань, 2023. 372 с. ISBN 978-5-507-45867-7. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. URL: https://e.lanbook.com/book/288947 (дата обращения: 03.08.2023). Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 4. Поведение потребителей: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020 152 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-8199-0580-7. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=356130
- 5. Поведение потребителей: учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. —Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. 320 с. ISBN 978-5-9558-0404-0. Режим доступа:

https://znanium.com/read?id=356056

- 6. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 307 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-16625-5. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/531393
- 7. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. Москва: Издательство Юрайт, 2022. 342 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-9916-4561-4. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/507803
- 8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 224 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-9916-9651-7. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/513759
- 9. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 315 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-05957-1. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/511785

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие/ П.С. Завьялов. -М.: ИНФРАЛукина А.В. Маркетинг/ А.В. Лукина. -5-е изд., испр. и доп.. -М.: ФО-РУМ, 2008. -240с. ("Профессиональное образование")
- 2. Маркетинг : учебник,практикум и учебно-метод.комплекс по марке-тингу/ Р.Б.Ноздрева,Г.Д.Крылова и др.. -М.: Юристъ, 2002. -568с.
- Маркетинг : Учебный компьютерный курс. -Второе издание. -Саратов: Диполь, 2007. -СД. (Вузовская серия)
- 3. Маркетинг и управление брендом :Пер.с англ.. -М: Альпина Бизнес Букс, 2007. -174 с : ил. -(Серия "Дайджест McKinsey")
- 4. Наумов, В. Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2020. 345 с. + Доп. Материалы (Высшее образование: Бакалавриат). DOI 10.12737/1014653. ISBN 978-5-16-015021-5.
- 5. Блюм М.А. Маркетинг рекламы : учеб.пособие для СПО/ М.А.Блюм, Б.И.Герасимов, Н.В.Молоткова. -М.: ФОРУМ, 2018. -144 с-М, 2008. -496с.. -("Высшее образование")
- 6. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.
- 7. Журнал "Практика Рекламы"
- 8. Журнал "Рекламные идеи"
- 9. Журнал "Мир этикетки"
- 10. Журнал "Лаборатория рекламы"
- 11. Журнал «Со-Общение»
- 12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
- 13. Журнал "Маркетинг Менеджмент"
- 14. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
- 15. Журнал о маркетинге «Маркетинг Pro»

3.3. Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в профильных организациях на основе договоров, заключаемых между образовательным организацией СПО и профильными организациями.

В период прохождения производственной практики обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики.

Сроки проведения производственной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

Производственная практика реализуются в форме практической подготовки и проводится как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса производственной практики

Организацию и руководство производственной практикой осуществляют руководители практики от образовательной организации и от профильной организации.

$N_{\underline{0}}$	ФИО	Наименование организации,	Занимаемая	Общий трудовой стаж
Π/Π	(при	осуществляющей	специалистом-	работы специалиста-
	наличии)	деятельность в	практиком	практика в организациях,
	специалиста-	профессиональной сфере, в	должность	осуществляющих
	практика	которой работает		деятельность в
		специалист-практик по		профессиональной сфере,
		основному месту работы		соответствующей
		или на условиях внешнего		профессиональной
		совместительства		деятельности, к которой
				готовятся обучающиеся
1	Ивзанс	ООО Рекламно-	Директор	26 лет
	Виктория	производственная компания		
	Викторовна	«Новая Планета»		
2	Бывальцева	ООО «Мэри Поппинс»	Директор	24 лет
	Елена			
	Игоревна			
3	Кузнецова	ООО «Премиум»	Директор	32 лет
	Татьяна			
	Германовна			
4	Токарева	ООО «Арт-презент»	Директор	22 лет
	Галина			
	Анатольевна			
5	Черков	ООО «Мир наград»	Директор	17 лет
	Дмитрий			
	Викторович			
6	Бакаев	ООО АМК «Кликау»	Директор	7 лет
	Дмитрий			
	Андреевич			

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки ²	
ПК 1.1	- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.	
ПК 1.2	 полнота и точность анализа рынка; демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.	
ПК1.3	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты; Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения	

 $^{^2}$ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

		производственной практики.					
ПК	- аргументированность плана	Экспертная оценка в рамках текущего					
1.4	продвижения рекламного	контроля:					
	продукта (рекламной	- результатов работы на практических					
	кампании) при	занятиях;					
	взаимодействии с	- результатов выполнения индивидуальных					
	заказчиками;	домашних заданий;					
	- точность выбора вида	- при выполнении и защите курсовой работы;					
	рекламной кампании;	- при проведении:					
	- обоснованность выбора	- экзамена, квалификационного;					
	методов и технологии	- экзамена по модулю.					
	осуществления оценки	Экспертная оценка освоения					
	эффективности;	профессиональных компетенций в рамках					
	- правильность и точность	текущего контроля в ходе проведения					
	разработки средств	производственной практики.					
	размещения рекламного						
	продукта в соответствии с						
	требованиями нормативных						
	документов.						
ОК 01	- выбор и применение	Экспертное наблюдение выполнения					
	способов решения	практических работ					
	профессиональных задач;	Кейс-задачи					
	- оценка эффективности и	Защита проекта					
	качества выполнения задач;	Зачет					
	- знание более одного способа	Результатов выполнения индивидуальных					
	решения профессиональной	· •					
	задачи;	курсовой работы, при проведении:					
	- аргументация выбора	- экзамена, квалификационного;					
	конкретного способа.	- экзамена по модулю.					
		Экспертная оценка освоения					
		профессиональных компетенций в рамках					
		текущего контроля в ходе проведения					
O10.03		производственной практики.					
ОК 02	- соответствие найденной	Устные выступления с					
	информации заданной теме	Презентацией					
	(задаче);	Защита проектов Зачет					
	- владение разными способами представления информации;	5					
	- результативность и	Экспертное наолюдение выполнения практических работ.					
	оперативность поиска	_ *					
	информации, необходимой для	Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите					
	постановки и решения	курсовой работы, при проведении:					
	профессиональных задач,	- экзамена, квалификационного;					
	профессиональных задач, профессионального и	- экзамена, квалификационного, - экзамена по модулю.					
	личностного развития;	- экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения					
	- объективный анализ	-					
	- ооъективный анализ найденной информации;						
	- использование широкого	текущего контроля в ходе проведения производственной практики.					
	-	производственной практики.					
	1						
	источников информации, в						

	том числе Интернета при	
	решении профессиональных	
	задач, профессионального и	
ОК 03	личностного развития демонстрация интереса к	Осуществление самообразования,
OK 03	- демонстрация интереса к инновациям в области	использование современной научной и
	профессиональной	профессиональной терминологии, участие в
	деятельности; выстраивание	профессиональных олимпиадах, конкурсах,
	траектории	выставках, научно-практических
	профессионального развития и	конференциях, оценка способности находить
	самообразования; осознанное	альтернативные варианты решения
	планирование повышения	стандартных и нестандартных ситуаций,
	квалификации	принятие ответственности за их выполнение.
	1	Результатов выполнения индивидуальных
		домашних заданий, при выполнении и защите
		курсовой работы, при проведении:
		- экзамена, квалификационного;
		- экзамена по модулю.
		Экспертная оценка освоения
		профессиональных компетенций в рамках
		текущего контроля в ходе проведения
OIC 04		производственной практики.
ОК 04	- демонстрация результатов	Экспертное наблюдение за обучающимся в
	деятельности в условиях коллективной и командной	ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых)
	коллективной и командной работы в соответствии с	исследовательских) парных (групповых) заданий;
	заданной задачей.	Оценка практических (проектных,
	- объективность оценки	исследовательских) парных (групповых)
	собственного вклада в	заданий
	достижение командного	Зачет
	результата;	Результатов выполнения индивидуальных
	- успешность применения	домашних заданий, при выполнении и защите
	коммуникационных	курсовой работы, при проведении:
	способностей на практике;	- экзамена, квалификационного;
	- соблюдение принципов	- экзамена по модулю.
	профессиональной этики;	Экспертная оценка освоения
	- владение способами	профессиональных компетенций в рамках
	бесконфликтного общения и	текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 05	саморегуляции в коллективе использование вербальных и	Экспертная оценка умения вступать в
OK 05	невербальных способов	коммуникативные отношения в сфере
	коммуникации на	профессиональной деятельности и
	государственном языке с	поддерживать ситуационное взаимодействие в
	учетом особенностей и	устной и письменной форме, проявление
	различий социального и	толерантности в коллективе;
	культурного контекста;	Экспертное наблюдение за выполнением
	- соблюдать нормы	работ.
	самостоятельность выбора	Результатов выполнения индивидуальных
	стиля монологического	домашних заданий, при выполнении и защите
	высказывания в зависимости	курсовой работы, при проведении:

	от его цели и целевой	- экзамена, квалификационного;		
	аудитории и с учетом	- экзамена по модулю.		
	особенностей и различий	Экспертная оценка освоения		
	социального и культурного	профессиональных компетенций в рамках		
	контекста.	текущего контроля в ходе проведения		
		производственной практики.		
ОК 07	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.		
	ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.			
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативноправовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках		
		текущего контроля в ходе проведения производственной практики.		

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.02.01 «РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	КАЩТО	XAP	AKTEPI	ИСТИКА	PAE	ОЧЕЙ	ПРОГРАМ	мы уч	ЧЕБНОЙ
ПРА	АКТКИ								3
1.1.	Цель	И	место	практі	ики	В	структуре	образов	ательной
про	граммы:			• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •					
3									
1.2.	Планируем	иые ре	зультаті	ы освоения	я учеб	бной пр	актики		4
1.3.	Обоснова	ание	часов	практики	В 1	рамках	вариативной	й части	ОПОП-
П						·	<u> </u>		6
2.		СТ	ГРУКТУ	PΑ		И		СОДЕР	ЖАНИЕ
ПРА	АКТИКИ		 .			6			
2.1.	Трудоемко	ость ос	воения	практики.					6
				-					
2.3.	10 01	•							держание
праі	ктики						1		
3.		УСЛС	ВИЯ		PEAJ	ІИЗАЦ	ИИ	ПРОГ	РАММЫ
	12								
3.1.	Материаль	ьно-тех	хническ	ое обеспеч	ение	практи	ки		12
	-					-			
4.	-			-			ЗУЛЬТАТОВ		
- •									

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки ПМ 02. «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

УП 02.01	ПМ 02 «Разработка и	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое
	осуществление	планирование рекламных и
	стратегического и	коммуникационных кампаний, акций и
	тактического планирования	мероприятий
	рекламных и	МДК 02.02 Форматы предъявления
	коммуникационных	результатов стратегического и тактического
	кампаний, акций и	планирования рекламных и
	мероприятий»	коммуникационных кампаний, акций и
		мероприятий

Учебная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения			
ОК	Выбирать	Умения:			
01	способы	распознавать задачу и/или проблему			
	решения задач	в профессиональном и/или социальном контексте			
	профессиональн	анализировать задачу и/или проблему и выделять её			
	ой деятельности	составные части			
	применительно	определять этапы решения задачи			
	к различным	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую			
	контекстам	для решения задачи и/или проблемы			
		составлять план действия			
		определять необходимые ресурсы			
		владеть актуальными методами работь			
		в профессиональной и смежных сферах			
		реализовывать составленный план			
		оценивать результат и последствия своих действий			
		(самостоятельно или с помощью наставника)			
		Знания:			
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в			
		котором приходится работать и жить			
		основные источники информации и ресурсы для решения			
		задач и проблем в профессиональном и/или социальном			
		контексте			
		алгоритмы выполнения работ			
		в профессиональной и смежных областях			
		методы работы в профессиональной и смежных сферах			

		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач
		профессиональной деятельности
ОК	Использовать	Умения:
02	современные	определять задачи для поиска информации
	средства поиска,	определять необходимые источники информации
	анализа	планировать процесс поиска
	и интерпретации	структурировать получаемую информацию
	информации	выделять наиболее значимое в перечне информации
	И	оценивать практическую значимость результатов поиска
	информационны	оформлять результаты поиска, применять средства
	е технологии для	информационных технологий для решения
	выполнения	профессиональных задач
	задач	использовать современное программное обеспечение
	профессиональн	использовать различные цифровые средства для решения
	ой деятельности	профессиональных задач
	-	Знания:
	-	
		номенклатура информационных источников, применяемых
	_	в профессиональной деятельности
	-	приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации,
	-	современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в
		профессиональной деятельности в том числе с
OK	П	использованием цифровых средств
OK 03	Планировать	Умения:
03	и реализовывать	определять актуальность нормативно-правовой
	собственное	документации в профессиональной деятельности
	профессиональн	применять современную научную профессиональную
	0e	терминологию
	и личностное	определять и выстраивать траектории профессионального
	развитие,	развития и самообразования
	предпринимател	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	ьскую	презентовать идеи открытия собственного дела в
	деятельность	профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	В	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
	профессиональн	кредитования
	ой сфере,	определять инвестиционную привлекательность
	использовать	коммерческих идей в рамках профессиональной
	знания по	деятельности
	правовой и	презентовать бизнес-идею
	финансовой	определять источники финансирования
	грамотности	Знания:
	в различных	содержание актуальной нормативно-правовой
	жизненных	документации
	жизненных ситуациях	документации современная научная и профессиональная терминология
		· .
		современная научная и профессиональная терминология

		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК	Эффективно	Умения:
04	взаимодействова	
04		организовывать работу коллектива
	ть и работать	и команды
	в коллективе и	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
	команде	1 1
	Коминде	Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
	-	
ОК	Оохимоотрият	основы проектной деятельности Умения:
05	Осуществлять	
03	устную	грамотно излагать свои мысли
	и письменную	и оформлять документы по профессиональной тематике на
	коммуникацию на	государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
	государственном	Знания:
	языке	
	Российской	особенности социального и культурного контекста;
	Федерации с	правила оформления документов
	учетом	и построения устных сообщений
	особенностей	
	социального	
	и культурного	
	контекста	
ОК	Содействовать	Умения:
07	сохранению	соблюдать нормы экологической безопасности;
	окружающей	определять направления ресурсосбережения
	среды,	в рамках профессиональной деятельности
	ресурсосбережен	по специальности, осуществлять работу с соблюдением
	ию, применять	принципов бережливого производства
	знания	организовывать профессиональную деятельность с учетом
	об изменении	знаний об изменении климатических условий региона
	климата,	Знания:
	принципы	правила экологической безопасности при ведении
	бережливого	профессиональной деятельности
	производства,	основные ресурсы, задействованные
	эффективно	в профессиональной деятельности
	действовать в	пути обеспечения ресурсосбережения
	чрезвычайных	принципы бережливого производства
	ситуациях	основные направления изменения климатических условий
		региона
ОК	Пользоваться	Умения:
09	профессиональн	понимать общий смысл четко произнесенных
	ой	высказываний на известные темы (профессиональные и
	документацией	бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные
	на	темы
	-	77

государственном	участвовать в диалогах на знакомые общие
и иностранном	и профессиональные темы
языках	строить простые высказывания о себе и о своей
	профессиональной деятельности
	кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
	писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
	Знания:
	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
	основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
	лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной
	деятельности
	особенности произношения
	правила чтения текстов профессиональной направленности

Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК	-определять ключевые цели	-методики рекламного	планирован
2.1.	рекламной кампании	планирования	ия системы
	-формулировать задачи	-инструментов рекламного	маркетинго
	рекламной кампании исходя	планирования	ВЫХ
	из целей РК	-систему маркетинговых	коммуникац
	-осуществлять выбор форм,	коммуникаций	ий
	каналов и методов	-виды и инструменты	
	рекламного продвижения	маркетинговых	
	-определять конкретные	коммуникаций	
	носители рекламы и их	-принципы выбора каналов	
	оптимальное сочетание	коммуникации	
	-определять и варьировать	-аудиторию различных	
	способы и каналы	средств рекламы	
	продвижения изделия,	-отраслевую терминологию	
	услуги, торговой марки	-формы и методы работы с	
	-определять бюджет РК	аудиторией, мотивации	
	исходя из поставленных	труда	
	целей и задач	-технологии воздействия на	
	-определять и варьировать	аудиторию в системе	
	комбинацию основных	маркетинговых	
	каналов информирования ЦА	коммуникаций	
	(целевой аудитории)	-принципы стратегического	
	-определять эффективность	и оперативного	
	хода РК и осуществлять его	планирования РК	
	коррекцию для достижения	-виды запросов	
	максимальной	пользователей в поисковых	
	эффективности	системах интернета	
	-учитывать мнение заказчика	-особенности размещения	
	при планировании РК	контекстно-медийных	

	-использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.	объявлений в интернете -принципы функционирования современных социальных медиа -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании -важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.	
ПК 2.2.	-составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды -разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг -создавать план РК с учетом поставленных целей и задач -осуществлять медиапланирование -определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета -эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний -преобразовывать требования заказчика в бриф -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании	-важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей погику и структуру плана рекламной кампании логику и структуру медиаплана структуру брифа и требования к нему важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании	-разработки стратегии маркетинго вых коммуникац ий

-уметь организовывать и
уверенно проводить
рекламные мероприятия
-использовать приемы
привлечения внимания к
рекламным мероприятиям
-использовать приемы
управления аудиторией и ее
вниманием при проведении
рекламных мероприятий.

Цель учебной практики: приобретение первоначальных практических профессиональных умений в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: «ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики

В результате прохождения учебной практики по видам деятельности, предусмотренным $\Phi \Gamma OC$ СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида деятельности	Практический опыт / умения		
ВД 2 Разработка и	Практический опыт планирования системы маркетинговых коммуникаций		
осуществле ние	разработки стратегии маркетинговых коммуникаций умения		
стратегичес кого планирован ия рекламных и коммуникац ионных кампаний, акций и мероприяти й	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план		
	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение		

	использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
	применять современную научную профессиональную терминологию
	определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
_	определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
	презентовать бизнес-идею
	определять источники финансирования
	организовывать работу коллектива и команды
	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
	соблюдать нормы экологической безопасности;
	определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
	организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
	участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
	строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
	кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
	писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П μe предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем,	Форма проведения учебной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
УП. 02.01	36 ч	рассредоточено	2/4

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
УП 02.01 «Р акций и меро		е стра	атегического и тактического планирова	ния рекламных и коммуникационных кампаний,	36ч
ПК 2.1.; ПК 2.2	Раздел 1. Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	 2. 3. 	 Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 	Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа	7 7 7
ПК 2.2; ПК 2.1.	Раздел 2. Форматы предъявления результатов стратегического и	1.	– Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.	Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве Тема 2.2. Направление маркетинговых исследований. Презентация продуктов работы	7 8

тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	 Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников. 	
--	---	--

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
Раздел 1. Стратегическое и так коммуникационных кампаний, акц	стическое планирование рекламных и ций и мероприятий	
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы	Содержание	7
процесса стратегического планирования	1. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика	
	9. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика	
	10. Коммуникационная стратегия кампании	
	11. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании	
Тема 1.2. Структура и этапы	Содержание	7
создания стратегического брифа (часть 1)	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании	
	2. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании	
	3. Создание портрета целевой аудитории	
	4.Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории	
	5.Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю	
Тема 1.3. Структура и этапы	Содержание	7
создания стратегического брифа (часть 2)	1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	
	Основные способы поиска рекламной идеи Обоснование и выбор каналов	

	<u> </u>	T
	коммуникации	
	4.Бюджетирование	
	рекламной/коммуникационной	
	кампании	
	5. Определение основных показателей эффективности	
	рекламной/коммуникационной	
	кампании и этапов ее мониторинга	
Раздел 2. Форматы предъявлетактического планирования рекла акций и мероприятий	ения результатов стратегического и амных и коммуникационных кампаний,	
Тема 2.1. Основные продукты	Содержание	7
работы стратега в рекламном агентстве	1. Рекламное агентство. Его цели и задачи	
	2. Функции рекламного агентства	
	3.Значение рекламных агентств в экономике	
	4.Структура рекламных агентств	
	5.Стратегический/креативный бриф	
	6.Коммуникационная стратегия и ее виды	
	7. Активационный план коммуникационной стратегии	
	8. Аналитика рынка и трендов	
	9.Продвижение товаров и услуг на рынке.	
	10.Цели продвижения.	
	11.Структура продвижений.	
Тема 2.2. Направление	Содержание	8
маркетинговых исследований. Презентация продуктов работы стратега в рекламном агентстве.	Понятие маркетинга, его цели, функции, принципы, классификация.	
cipatera b peksiamnom arenterbe.	Концепции рыночной деятельности	
	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Основные методы и принципы сегментального анализа в маркетинге	
	Позиционирование товара на рынке. Примеры успешного позиционирования.	
	Понятия: объект и субъекты маркетинга.	
	Маркетинговая среда (поставщики, конкуренты, посредники, потребители,	

	контактные аудитории) и макросреда (политико-правовые, экономические, научно-технические, демографические, природные, культурные и д	
	Понятие средств маркетинга. Средства стимулирующие сбыт.	
	Методы изучения спроса. Направление маркетинговых исследований: изучение макросреды, внутренней среды, рынки конкуренции, потребителей, товара, цен, сбыта маркетинговых коммуникаций.	
	Методы формирования спроса. Система анализа маркетинговой информации и методы обработки полученных данных.	
	Методы прогнозирования спроса. Прогнозные исследования формирование приоритетных целей.	
	Стимулирование сбыта. Основные характеристики стимулирование сбыта.	
	Продвижение товаров и услуг на рынке. Структура продвижений. Цели продвижения.	
	Этапы процесса планирования: анализ, планирование, реализация.	
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации	
Промежуточная аттестация в форме ди	фференцированного зачёта	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «Компьютерного дизайна» в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271

- 2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 154 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-09015-4. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/513928
- 3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 225 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-00742-8. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/512109.

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. 140 с.
 - 2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник М., Дашков и Ко, 2019 год Нормативные документы
 - 1. Конституция Российской Федерации;
- 2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
- 3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
- 4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

3.3. Общие требования к организации учебной практики

Учебная практика проводится в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее — Профильная организация), и образовательным учреждением.

Сроки проведения учебной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика реализуются в форме практической подготовки и проводятся как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса учебной практики

Учебная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

	ФИО	Наименование	Занимаемая	Общий трудовой
№	(при наличии	организации,	специалистом-	стаж работы
Π/Π	специалиста-	осуществляющей	практиком	специалиста-
	практика)	деятельность в	должность	практика в

		профессиональной сфере, в которой		организациях, осуществляющих
		работает специалист-		деятельность в
		практик по основному		профессиональной
		месту работы или на		сфере,
		условиях внешнего		соответствующей
		совместительства		профессиональной
				деятельности, к
				которой готовятся
				обучающиеся
6.	Анисимова	Волгоградский	Преподаватель	20 лет
	Анжелика	Социально-		
	Ринатовна	педагогический		
		колледж		
7.	Галкина Лариса	Волгоградский	Преподаватель	40 лет
	Роберотвна	Социально-		
		педагогический		
		колледж		
8.	Чечина Антонина	Волгоградский	Преподаватель	40 лет
	Ивановна	Социально-		
		педагогический		
		колледж		
9.	Шубенкова Юлия	Волгоградский	Преподаватель	4 года
	Анатольевна	Социально-		
		педагогический		
		колледж		
10.	Тулупников Илья	Волгоградский	Преподаватель	10 лет
	Андреевич	Социально-		
		педагогический		
		колледж		

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Код	Критерии оценки результата	_
пк,	(показатели освоенности	Формы контроля и методы оценки ³
ОК	компетенций)	

³ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПК 2.1	 адекватность и полнота разработанных планов; умение определить цели и задачи кампании; способность выбрать стратегические подходы; 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 2.2 ОК 01	 качество анализа рынка и целевой аудитории; четкость и структурированность презентации; соответствие планов установленным форматам; убедительность аргументации; понимание стратегической направленности. выбор и применение способов решения профессиональных задач; оценка эффективности и качества выполнения задач; знание более одного способа решения профессиональной задачи; аргументация выбора конкретного способа. 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения

	- объективный анализ найденной информации;	профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения
	- использование широкого	производственной практики.
	спектра современных	
	источников информации, в	
	том числе Интернета при решении профессиональных	
	задач, профессионального и	
	личностного развития.	
ОК	- демонстрация интереса к	Осуществление самообразования,
03	инновациям в области	использование современной научной и
	профессиональной	профессиональной терминологии, участие в
	деятельности; выстраивание	профессиональных олимпиадах, конкурсах,
	траектории	выставках, научно-практических
	профессионального развития и	конференциях, оценка способности находить
	самообразования; осознанное	альтернативные варианты решения
	планирование повышения квалификации	стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.
	квалификации	Результатов выполнения индивидуальных
		домашних заданий, при выполнении и защите
		курсовой работы, при проведении:
		- экзамена, квалификационного;
		- экзамена по модулю.
		Экспертная оценка освоения
		профессиональных компетенций в рамках
		текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК	- демонстрация результатов	Экспертное наблюдение за обучающимся в
04	деятельности в условиях	ходе выполнения практических (проектных,
	коллективной и командной	исследовательских) парных (групповых)
	работы в соответствии с	заданий;
	заданной задачей.	Оценка практических (проектных,
	- объективность оценки	исследовательских) парных (групповых)
	собственного вклада в достижение командного	заданий Зачет
	результата;	Результатов выполнения индивидуальных
	- успешность применения	домашних заданий, при выполнении и защите
	коммуникационных	курсовой работы, при проведении:
	способностей на практике;	- экзамена, квалификационного;
	- соблюдение принципов	- экзамена по модулю.
	профессиональной этики;	Экспертная оценка освоения
	- владение способами бесконфликтного общения и	профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения
	саморегуляции в коллективе.	производственной практики.
ОК	- использование вербальных и	Экспертная оценка умения вступать в
05	невербальных способов	коммуникативные отношения в сфере
	коммуникации на	профессиональной деятельности и
	государственном языке с	поддерживать ситуационное взаимодействие в
	учетом особенностей и	устной и письменной форме, проявление
	различий социального и	толерантности в коллективе;

культурного контекста; Экспертное наблюдение выполнением 3a работ. соблюдать нормы выбора Результатов самостоятельность выполнения индивидуальных монологического домашних заданий, при выполнении и защите стиля курсовой работы, при проведении: высказывания в зависимости его цели целевой - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. аудитории учетом различий Экспертная особенностей И оценка освоения социального и культурного профессиональных компетенций в рамках текущего контроля В ходе проведения контекста. производственной практики. ОК сохранение окружающей Экспертная оценка соблюдения правил 07 среды и соблюдения норм экологической в ведении профессиональной экологической безопасности; деятельности; определение направлений Результатов выполнения индивидуальных ресурсосбережения в рамках домашних заданий, при выполнении и защите профессиональной курсовой работы, при проведении: деятельности; - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. соблюдение правил экологической безопасности Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций при ведении в рамках профессиональной текущего контроля В ходе проведения деятельности; производственной практики. определение путей обеспечения ресурсосбережения; выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. ОК эффективность поиска Экспертное наблюдение выполнением 09 необходимой информации в работ; зарубежных Оценка российских соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений источниках: нормативногосударственном Российской документации, языке правовой Федерации; стандартах; Кейс-метод; объективность анализа и эффективность применения в Зачет профессиональной Результатов выполнения индивидуальных деятельности информации, домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: содержащейся в документации профессиональной области - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций рамках текущего контроля проведения В ходе

	производственной практики.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПП.02 «РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	КАЩАО	XAP	АКТЕРИ	СТИКА	РАБО	ЧЕЙ	ПРОГР	АММЫ	УЧЕ	БНОЙ
ПРА	АКТКИ					. .				3
1.1.	Цель	И	место	практи	КИ	В	структуро	е обра	азовате	ельной
про	граммы:									
3										
1.2.	Планируем	лые рез	зультаты	освоения	учебно	ой пр	актики			4
	Обоснов			-	_		-			
	АКТИКИ								, ,	
	Трудоемко									6
	Структура									
2.3.	13 31	1								эжание
праі	ктики					. 		10		
_									РОГРА	ММЫ
	АКТИКИ									
3.1.	Материаль	ьно-тех	кническо	е обеспеч	ение пр	акти	ки			12
	Учебно-ме				_					
	Общие тре									
	Кадровое о									
4.	-		_	_			ЗУЛЬТАТ			
	КОПП АКТИКИ			,						

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКАРАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки ПМ 02. «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

УП 02.01	ПМ 02 «Разработка и	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое	
	осуществление	планирование рекламных и	
	стратегического и	коммуникационных кампаний, акций и	
	тактического планирования	мероприятий	
	рекламных и	МДК 02.02 Форматы предъявления	
	коммуникационных	результатов стратегического и тактического	
	кампаний, акций и	планирования рекламных и	
	мероприятий»	коммуникационных кампаний, акций и	
		мероприятий	

Производственная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
OK 01	Выбирать способы	Умения: распознавать задачу и/или проблему
01	решения задач	в профессиональном и/или социальном контексте
	профессиональн	анализировать задачу и/или проблему и выделять её
	ой деятельности	составные части
	применительно	определять этапы решения задачи
	к различным	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую
	контекстам	для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы
		в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий
		(самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в
		котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения
		задач и проблем в профессиональном и/или социальном
		контексте
		алгоритмы выполнения работ
		в профессиональной и смежных областях

		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач
		профессиональной деятельности
ОК	Использовать	Умения:
02	современные	определять задачи для поиска информации
	средства поиска,	определять необходимые источники информации
	анализа	планировать процесс поиска
	и интерпретации	структурировать получаемую информацию
	информации	выделять наиболее значимое в перечне информации
	И	оценивать практическую значимость результатов поиска
	информационны	оформлять результаты поиска, применять средства
	е технологии для	информационных технологий для решения
	выполнения	профессиональных задач
	задач	использовать современное программное обеспечение
	профессиональн	использовать различные цифровые средства для решения
	ой деятельности	профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых
		в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации,
		современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в
		профессиональной деятельности в том числе с
		использованием цифровых средств
ОК	Планировать	Умения:
03	и реализовывать	определять актуальность нормативно-правовой
	собственное	документации в профессиональной деятельности
	профессиональн	применять современную научную профессиональную
	oe	терминологию
	и личностное	определять и выстраивать траектории профессионального
	развитие,	развития и самообразования
	предпринимател	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	ьскую	презентовать идеи открытия собственного дела в
	деятельность	профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	В	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
	профессиональн	кредитования
	ой сфере,	определять инвестиционную привлекательность
	использовать	коммерческих идей в рамках профессиональной
	знания по	деятельности
	правовой и	деятельности презентовать бизнес-идею
	правовой и финансовой	
	правовой и финансовой грамотности	презентовать бизнес-идею
	правовой и финансовой грамотности в различных	презентовать бизнес-идею определять источники финансирования
	правовой и финансовой грамотности в различных жизненных	презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой
	правовой и финансовой грамотности в различных	презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации
	правовой и финансовой грамотности в различных жизненных	презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой

OK 04	Эффективно взаимодействова ть и работать в коллективе и команде	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты Умения: организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
OK 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
OK 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережен ию, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона
OK 09	Пользоваться профессиональн ой документацией на	Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы

государственном	участвовать в диалогах на знакомые общие
и иностранном	и профессиональные темы
языках	строить простые высказывания о себе и о своей
	профессиональной деятельности
	кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
	писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
	Знания:
	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
	основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
	лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной
	деятельности
	особенности произношения
	правила чтения текстов профессиональной направленности

Код ПК	Уметь	Знать Владет навыка	
ПК	-определять ключевые цели	-методики рекламного	планирован
2.1.	рекламной кампании	планирования	ия системы
	-формулировать задачи	-инструментов рекламного	маркетинго
	рекламной кампании исходя	планирования	ВЫХ
	из целей РК	-систему маркетинговых	коммуникац
	-осуществлять выбор форм,	коммуникаций	ий
	каналов и методов	-виды и инструменты	
	рекламного продвижения	маркетинговых	
	-определять конкретные	коммуникаций	
	носители рекламы и их	-принципы выбора каналов	
	оптимальное сочетание	коммуникации	
	-определять и варьировать	-аудиторию различных	
	способы и каналы	средств рекламы	
	продвижения изделия,	-отраслевую терминологию	
	услуги, торговой марки	-формы и методы работы с	
	-определять бюджет РК	аудиторией, мотивации	
	исходя из поставленных	труда	
	целей и задач	-технологии воздействия на	
	-определять и варьировать	аудиторию в системе	
	комбинацию основных	маркетинговых	
	каналов информирования ЦА	коммуникаций	
	(целевой аудитории)	-принципы стратегического	
	-определять эффективность	и оперативного	
	хода РК и осуществлять его	планирования РК	
	коррекцию для достижения	-виды запросов	
	максимальной	пользователей в поисковых	
	эффективности	системах интернета	
	-учитывать мнение заказчика	-особенности размещения	
	при планировании РК	контекстно-медийных	

	-использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.	объявлений в интернете -принципы функционирования современных социальных медиа -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании -важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.	
ПК 2.2.	полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг создавать план РК с учетом поставленных целей и задач осуществлять медиапланирование определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета оффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний преобразовывать требования заказчика в бриф доводить информацию заказчика до ЦА использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании	-важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей погику и структуру плана рекламной кампании погику и структуру медиаплана структуру брифа и требования к нему важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании	-разработки стратегии маркетинго вых коммуникац ий

-уметь организовывать и
уверенно проводить
рекламные мероприятия
-использовать приемы
привлечения внимания к
рекламным мероприятиям
-использовать приемы
управления аудиторией и ее
вниманием при проведении
рекламных мероприятий.

Цель производственной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: «ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

1.2. Планируемые результаты освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида деятельности	Практический опыт / умения				
ВД 2	Практический опыт				
Разработка и	планирования системы маркетинговых коммуникаций				
осуществле ние	разработки стратегии маркетинговых коммуникаций				
стратегичес	умения				
кого планирован	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте				
ия	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части				
рекламных	определять этапы решения задачи				
и коммуникац	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы				
ионных	составлять план действия				
кампаний, акций и мероприяти й	определять необходимые ресурсы				
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах				
И	реализовывать составленный план				
	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)				
	оценивать практическую значимость результатов поиска				
	оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач				

использовать современное программное обеспечение					
использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач					
определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности					
применять современную научную профессиональную терминологию					
определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования					
выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи					
презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план					
рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования					
определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей рамках профессиональной деятельности					
презентовать бизнес-идею					
определять источники финансирования					
организовывать работу коллектива и команды					
взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности					
грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе					
соблюдать нормы экологической безопасности;					
определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства					
организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона					
понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы					
участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы					
строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности					
кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)					
писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы					

1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения производственной практики

Код ПП	Объем,	Форма проведения производственной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
ПП. 02.01	36 ч	рассредоточено	2/4

2.2. Структура производственной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов		
ПП 02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».							
ПК 2.1.; ПК 2.2	Раздел 1. Стратегическое и тактическое планирование	1.	тактического планирования в рекламных кампаниях. — Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. — Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. — Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. — Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. — Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.	Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа	7		
	рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	3.		Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа	7		
ПК 2.2; ПК 2.1.	Раздел 2. Форматы 1. предъявления	1.	 Оценка и анализ эффективности различных 	Тема 2.1. Основные продукты работы страте в рекламном агентстве	7		
	результатов стратегического и		рекламных кампаний и стратегий. — Практическое применение	Тема 2.2. Направление маркетинговых исследований. Презентация продуктов работы	8		

планирования.		тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. — Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. — Разработка коммуникационной, медиа стратегии. — Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.	стратега в рекламном агентстве.	
---------------	--	--	--	--	---------------------------------	--

2.3. Содержание производственной практики

Содержание работ	Объем, ак.ч.	
-	36 ч	
Содержание	7	
2. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика		
12. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика		
13. Коммуникационная стратегия кампании		
14. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании		
Содержание	7	
5. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании		
6. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании		
7. Создание портрета целевой аудитории		
4.Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории		
5.Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю		
Содержание	7	
2. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)		
2. Основные способы поиска рекламной идеи		
	вление стратегического и тактического ммуникационных кампаний, акций и ктическое планирование рекламных и ий и мероприятий Содержание 2. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика 12. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика 13. Коммуникационная стратегия кампании 14. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании Содержание 5. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании 6. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании 7. Создание портрета целевой аудитории 4.Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории 5.Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю Содержание 2. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (кеу message) 2. Основные способы поиска	

	коммуникации	
	4.Бюджетирование	
	рекламной/коммуникационной кампании	
	5. Определение основных показателей эффективности	
	эффективности рекламной/коммуникационной	
	кампании и этапов ее мониторинга	
Раздел 2. Форматы предъявло	•	
	ения результатов стратегического и амных и коммуникационных кампаний,	
Тема 2.1. Основные продукты	Содержание	7
работы стратега в рекламном агентстве	2. Рекламное агентство. Его цели и задачи	
	2. Функции рекламного агентства	
	3.Значение рекламных агентств в экономике	
	4.Структура рекламных агентств	
	5.Стратегический/креативный бриф	
	6.Коммуникационная стратегия и ее виды	
	7. Активационный план коммуникационной стратегии	
	8. Аналитика рынка и трендов	
	9.Продвижение товаров и услуг на рынке.	
	10.Цели продвижения.	
	11.Структура продвижений.	
Тема 2.2. Направление	Содержание	8
маркетинговых исследований. Презентация продуктов работы стратега в рекламном агентстве.	Понятие маркетинга, его цели, функции, принципы, классификация.	
cipatera is pensiamnom arenierise.	Концепции рыночной деятельности	
	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Основные методы и принципы сегментального анализа в маркетинге	
	Позиционирование товара на рынке. Примеры успешного позиционирования.	
	Понятия: объект и субъекты маркетинга.	
	Маркетинговая среда (поставщики, конкуренты, посредники, потребители,	

1	T	
	контактные аудитории) и макросреда (политико-правовые, экономические, научно-технические, демографические, природные, культурные и д Понятие средств маркетинга. Средства стимулирующие сбыт.	
	Методы изучения спроса. Направление маркетинговых исследований: изучение макросреды, внутренней среды, рынки конкуренции, потребителей, товара, цен, сбыта маркетинговых коммуникаций.	
	Методы формирования спроса. Система анализа маркетинговой информации и методы обработки полученных данных.	
	Методы прогнозирования спроса. Прогнозные исследования формирование приоритетных целей.	
	Стимулирование сбыта. Основные характеристики стимулирование сбыта.	
	Продвижение товаров и услуг на рынке. Структура продвижений. Цели продвижения.	
	Этапы процесса планирования: анализ, планирование, реализация.	
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации	
Промежуточная аттестация в форме д	ифференцированного зачёта	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся (далее — Профильные организации).

База прохождения производственной практики должна быть укомплектована оборудованием, техническими средствами обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся. База практики должна обеспечивать безопасные условия труда для обучающихся.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

- 1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 475 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-14309-6. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/512271
- 2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 154 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-09015-4. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/513928
- 3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 225 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-00742-8. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/512109.

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. 140 с.
 - 2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник М., Дашков и Ко, 2019 год Нормативные документы
 - 1. Конституция Российской Федерации;
- 2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
- 3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
- 4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

3.3. Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в профильных организациях на основе договоров, заключаемых между образовательным организацией СПО и профильными организациями.

В период прохождения производственной практики обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики.

Сроки проведения производственной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

Производственная практика реализуются в форме практической подготовки и проводится как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса производственной практики

Организацию и руководство производственной практикой осуществляют руководители практики от образовательной организации и от профильной организации.

No	ФИО	Цауманаранна а р ганиза	2011111001100	Обиний труновой отом
		Наименование организации,	Занимаемая	Общий трудовой стаж
п/п	(при	осуществляющей	специалистом-	работы специалиста-
	наличии)	деятельность в	практиком	практика в организациях,
	специалиста-	профессиональной сфере, в	должность	осуществляющих
	практика	которой работает		деятельность в
		специалист-практик по		профессиональной сфере,
		основному месту работы		соответствующей
		или на условиях внешнего		профессиональной
		совместительства		деятельности, к которой
				готовятся обучающиеся
1	Ивзанс	ООО Рекламно-	Директор	26 лет
	Виктория	производственная компания		
	Викторовна	«Новая Планета»		
2	Бывальцева	ООО «Мэри Поппинс»	Директор	24 лет
	Елена	-		
	Игоревна			
3	Кузнецова	OOO «Премиум»	Директор	32 лет
	Татьяна			
	Германовна			
4	Токарева	ООО «Арт-презент»	Директор	22 лет
	Галина	1 1		
	Анатольевна			
5	Черков	ООО «Мир наград»	Директор	17 лет
		1 1	, , 1	
	Викторович			
6	Бакаев	ООО АМК «Кликау»	Директор	7 лет
	Дмитрий		, , F F	, ,,,,,,
	Андреевич			
	7,			

8. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код	Критерии оценки результата	
пк,	(показатели освоенности	Формы контроля и методы оценки ⁴
ОК	компетенций)	-

⁴ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПК 2.1	 адекватность и полнота разработанных планов; умение определить цели и задачи кампании; способность выбрать стратегические подходы; 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 2.2	 качество анализа рынка и целевой аудитории; четкость и структурированность презентации; соответствие планов установленным форматам; убедительность аргументации; понимание стратегической направленности. 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения

	- объективный анализ	профессиональных компетенций в рамках
	найденной информации;	текущего контроля в ходе проведения
	- использование широкого	производственной практики.
	спектра современных	1
	источников информации, в	
	том числе Интернета при	
	решении профессиональных	
	задач, профессионального и	
	личностного развития.	
ОК	- демонстрация интереса к	Осуществление самообразования,
03	инновациям в области	использование современной научной и
	профессиональной	профессиональной терминологии, участие в
	деятельности; выстраивание	профессиональных олимпиадах, конкурсах,
	траектории	выставках, научно-практических
	профессионального развития и	конференциях, оценка способности находить
	самообразования; осознанное	альтернативные варианты решения
	планирование повышения	стандартных и нестандартных ситуаций,
	квалификации	принятие ответственности за их выполнение.
		Результатов выполнения индивидуальных
		домашних заданий, при выполнении и защите
		курсовой работы, при проведении:
		- экзамена, квалификационного;
		- экзамена по модулю.
		Экспертная оценка освоения
		профессиональных компетенций в рамках
		текущего контроля в ходе проведения
ОК	TOMOSTORNAL POPULITORNAL	производственной практики. Экспертное наблюдение за обучающимся в
0K 04	 демонстрация результатов деятельности в условиях 	ходе выполнения практических (проектных,
04	коллективной и командной	исследовательских) парных (групповых)
	работы в соответствии с	заданий;
	заданной задачей.	Оценка практических (проектных,
	- объективность оценки	исследовательских) парных (групповых)
	собственного вклада в	заданий
	достижение командного	Зачет
	результата;	Результатов выполнения индивидуальных
	- успешность применения	домашних заданий, при выполнении и защите
	коммуникационных	курсовой работы, при проведении:
	способностей на практике;	- экзамена, квалификационного;
	- соблюдение принципов	- экзамена по модулю.
	профессиональной этики;	Экспертная оценка освоения
	- владение способами	профессиональных компетенций в рамках
	бесконфликтного общения и	текущего контроля в ходе проведения
	саморегуляции в коллективе.	производственной практики.
OK 0.5	- использование вербальных и	Экспертная оценка умения вступать в
05	невербальных способов	коммуникативные отношения в сфере
	коммуникации на	профессиональной деятельности и
	государственном языке с	поддерживать ситуационное взаимодействие в
	учетом особенностей и	устной и письменной форме, проявление
	различий социального и	толерантности в коллективе;

культурного контекста; Экспертное наблюдение выполнением 3a работ. соблюдать нормы выбора Результатов самостоятельность выполнения индивидуальных монологического домашних заданий, при выполнении и защите стиля курсовой работы, при проведении: высказывания в зависимости его цели целевой - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. аудитории учетом различий Экспертная особенностей И оценка освоения социального и культурного профессиональных компетенций в рамках текущего контроля В ходе проведения контекста. производственной практики. ОК сохранение окружающей Экспертная оценка соблюдения правил 07 среды и соблюдения норм экологической в ведении профессиональной экологической безопасности; деятельности; определение направлений Результатов выполнения индивидуальных ресурсосбережения в рамках домашних заданий, при выполнении и защите профессиональной курсовой работы, при проведении: деятельности; - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. соблюление правил экологической безопасности Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций при ведении в рамках профессиональной текущего контроля В ходе проведения деятельности; производственной практики. определение путей обеспечения ресурсосбережения; выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. ОК эффективность поиска Экспертное наблюдение выполнением 09 необходимой информации в работ; зарубежных Оценка российских соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений источниках: нормативногосударственном Российской документации, языке правовой Федерации; стандартах; Кейс-метод; объективность анализа и эффективность применения в Зачет профессиональной Результатов выполнения индивидуальных деятельности информации, домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: содержащейся в документации профессиональной области - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций рамках текущего контроля проведения В ходе

	производственной практики.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.03.01 «ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩА	R	XAPAK	ТЕРИСТИКА	L	РАБОЧЕЙ	ПРОГРАММЫ
ПРА	КТКИ		• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• • • • • • • • • • • • • • • • •			3
1.1.	Цель	И	место	практики	В	структуре	образовательной
прог	раммы:						
3							
1.2.	Планируем	ње ре	зультаты (освоения учеб	бной г	ірактики	4
							ой части ОПОП-
П							6
2. C	ГРУКТУРА	4 И С	ОДЕРЖАІ	НИЕ ПРАКТИ	4КИ		6
2.1.	Грудоемко	сть ос	воения пр	актики			6
							7
							10
3.	- ,	УСЛО	ВИЯ	PEAJ	ТИЗА	ЦИИ	ПРОГРАММЫ
ПРА	КТИКИ					• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	
	12						
3.1.	Материаль	но-те	хническое	обеспечение	практ	тики	12
							12
3.3.	Общие тре	бован	ия к орган	изации практ	ики	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	15
	_		_	_			15
4.	-		_	-			В ОСВОЕНИЯ
				,			17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКАРАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки ПМ 03. «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

7	VΠ 03.01	ПМ 03 «Продвижение	МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в
		торговых марок, брендов и	сети Интернет.
		организаций в среде	МДК 03.02 Разработка и реализация
		интернет средствами	рекламных кампаний бренда в сети Интернет
		цифровых	инструментами поисковой оптимизации,
		коммуникационных	контекстно-медийной рекламы и маркетинга
		технологий»	в социальных сетях.

Учебная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
OK 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте

		опровитьи в протиския мобот
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
	-	- 1 V
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
	-	1 1
	-	структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач
OIC	TT.	профессиональной деятельности
OK	Использовать современные	Умения:
02	средства поиска, анализа	определять задачи для поиска информации
	и интерпретации информации	определять необходимые источники
	и информационные технологии	информации
	для выполнения задач	планировать процесс поиска
	профессиональной	структурировать получаемую информацию
	деятельности	выделять наиболее значимое в перечне
		информации
		оценивать практическую значимость
		результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять
		средства информационных технологий для
		решения профессиональных задач
		использовать современное программное
		обеспечение
		использовать различные цифровые средства
		для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников,
		применяемых в профессиональной
		деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска
		информации, современные средства и
		устройства информатизации
		порядок их применения и программное
		обеспечение в профессиональной
		деятельности в том числе с использованием
		цифровых средств
ОК	Планировать	Умения:
03	и реализовывать собственное	определять актуальность нормативно-
	профессиональное	правовой документации в профессиональной
	и личностное развитие,	деятельности
	предпринимательскую	применять современную научную
	деятельность	профессиональную терминологию
	в профессиональной сфере,	
	в профессиональнои сфере, использовать знания по	
	правовой и финансовой	профессионального развития и самообразования
	грамотности	•
	в различных жизненных	выявлять достоинства и недостатки
	ситуациях	коммерческой идеи
	ОПТУЦЦИЛА	презентовать идеи открытия собственного
		дела в профессиональной деятельности;

		odonyjazi Syayaa iijay	
		оформлять бизнес-план	NA BANGAT HO
		рассчитывать размер процентным ставкам кре	
		определять	инвестиционную
		привлекательность ком	имерческих идей в
		рамках профессионально	ой деятельности
		презентовать бизнес-иде	еЮ
		определять источники ф	инансирования
		Знания:	
		содержание актуаль	ной нормативно-
		правовой документации	1
		современная научная п	и профессиональная
		терминология	профозмонан ного
		возможные траектории	
		развития и самообразова	
		основы предпринимател основы финансовой грам	
		правила разработки бизн	
		порядок выстраивания п	
		кредитные банковские п	
1		крединийе оапковские п	родукты
Код	Уметь	Знать	Владеть
ПК	v merz	311112	навыками
ПК	-определять тип рекламной	-типов рекламных	-аналитической
3.1.	стратегии продвижения бренда	стратегий	работы при
	в сети Интернет	продвижения бренда в	разработке
	-разрабатывать рекламную	сети Интернет	стратегии
	стратегию продвижения бренда	-способов разработки	продвижения в
	в сети Интернет.	рекламных стратегий	сети Интернет
		продвижения бренда в	-выбора
		сети Интернет.	оптимальной
			стратегии
			продвижения в
			сети Интернет
			-постановки
			задач
			продвижения
			объекта
			рекламирования
			в сети
ПС		20210:	Интернет.
ПК	-подбирать ключевые слова и	-ВОЗМОЖНОСТИ	-подбора и
3.2.	словосочетания с	Интернет-ресурсов для	использования
	максимальным показом для	рекламирования товаров/услуг	оффера -разработки
	поискового продвижения -использовать специальные	товаров/услуг виды сайтов, их -	-разработки рекламной
	-использовать специальные методы и сервисы повышения	· ·	рекламнои кампании в сети
	обратной связи с ЦА	возможности и варианты применения	Интернет.
	-проверять рекламные	требования к	minophor.
	материалы на	качественному	
	материалы на	Ku 1001BCIIIIOM y	

	уникальность/оригинальность -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирования сайта -писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб- сайтов и социальных групп -находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА -разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет -преобразовывать требования заказчика в бриф -учитывать мнение заказчика при планировании РК.	функционированию сайтов -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при -планировании рекламной кампании в сети Интернет -структуру брифа и требования к нему.	
ПК 3.3.	-использовать поисковые системы интернета -использовать технологии поисково-контекстной рекламы -использовать системы размещения контекстномедийной рекламы -использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете -создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий конвертировать файлы в нужные форматы -использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат -размещать рекламные материалы в социальных медиа	-отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения -реализации рекламной кампании в сети Интернет.

-разрабатывать концепт дизайна	
и первичной визуализации в	
сети Интернет, представляя их в	
виде мудборда или референсов	
-определять эффективные	
офферы	
-создавать оригинальные и	
стильные логотипы	
-составлять тексты	
информационных, нативных и	
иных сообщений для	
размещения в социальных	
медиа	
-создавать оригинальные,	
современные по стилю сайты	
использовать приемы	
внутренней и внешней	
оптимизации сайтов	
повышать информационную	
наглядность сайтов	
-создавать качественные макеты	
иллюстраций для публикации в	
социальных сетях	
-разрабатывать элементы	
фирменного стиля и РК с	
учетом пожеланий и профиля	
заказчика	
-доводить информацию	
заказчика до ЦА	
-использовать методы и	
способы привлечения	
пользователей в интернет-	
сообщество	
-использовать современные	
приемы и технологии	
проведения и управления	
презентациями	
-использовать приемы	
управления аудиторией и ее	
вниманием при разработке	
дизайна и стратегий в сети	
Интернет.	

Цель учебной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 3 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий».

1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики

В результате прохождения учебной практики по видам деятельности, предусмотренным

 $\Phi\Gamma OC$ СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида	Практический опыт / умения		
деятельности			
ВД 3	Практический опыт		
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.		
среде Интернет средствами	-подбора и использования оффера -разработки рекламной кампании в сети Интернет.		
цифровых коммуникацион	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения -реализации рекламной кампании в сети Интернет.		
ных технологий	умения		
	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте		
	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части		
	определять этапы решения задачи		
	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы		
	составлять план действия		
	определять необходимые ресурсы		
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах		
	реализовывать составленный план		
	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)		
	определять задачи для поиска информации		
	определять необходимые источники информации		
	планировать процесс поиска		
	структурировать получаемую информацию		
	выделять наиболее значимое в перечне информации		
	оценивать практическую значимость результатов поиска		
	оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач		
	использовать современное программное обеспечение		
	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности		
	применять современную научную профессиональную терминологию		
	определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования		
	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи		

презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
презентовать бизнес-идею
определять источники финансирования

1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем,	Форма проведения учебной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
УП. 03.01	36 ч	рассредоточено	3/5

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
УП 03.01 «И технологий»	1	арок,	брендов и организаций в среде Интер	онет средствами цифровых коммуникационных	36ч
ПК 3.1.; ПК 3.2.;	Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике,	Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	9
ПК 3.3.;	сети Интернет.	2. 3.	Создание клиентской базы для рекламного предприятия Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.	Тема 1.2. Поисковая реклама. SMM-продвижение	9
ПК 3.1.; ПК 3.2.;	Раздел 2. Разработка и реализация рекламных	1.	Изготовить рекламный и/или PR материал.	Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	9
ПК 3.3.;	кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.		Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.	Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	9

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
УП 03.01 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»		
Раздел 1. Стратегии продвижения б	ренда в сети Интернет.	
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	9
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	
	6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	
Тема 1.2. Поисковая реклама. SMM-продвижение	Содержание 1. Для чего необходимо SMM, как оно	9
	работает и из чего оно состоит?	
	2. Роль поисковых систем в электронной коммерции и продвижении. Технические возможности Яндекс Директ	
	3. Технические возможности сервиса сбора статистики о посетителях «Яндекс Метрика»	
	4. Предварительная оценка эффективности выбранных ключевых слов на показы и CTR/CR	
	5. Заполнение формы рекламного сообщения (заголовок, подзаголовок, текст) с использованием ключевых слов	
	6. Создание статьи для размещения в социальной сети. Описания SMM стратегии, включающей статьи	

	расходов (контент-план)			
Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.				
Тема 2.1. Маркетинговые	Содержание	9		
коммуникации в Интернете и новых медиа	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.			
	2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы			
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»			
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта			
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями			
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга			
	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.			
	8. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта			
	9. Маркетинговые коммуникации в социальных медиа: основные компоненты			
	10.Основные направления коммуникации в социальных медиа.			
	11. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга			
Тема 2.2. Управление реализацией	Содержание	9		
стратегии интернет-продвижения	1. Технологии привлечения посетителей на сайт			
	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга			
	3. Этапы осуществления компаний.			
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.			

5. E-mail- и вирусный маркетинг.	
6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.	
7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности	
8. Что называют платформой бренда?	
9. Основные элементы бренд платформ	
10.Этапы разработки основных элементов бренд платформ	
11.Соблюдение стратегии бренда при разработке бренд платформ	
12. Использование элементов фирменного стиля при создании сайта	
13. Изучение правил создания баннеров.	
14. Изучение форматов баннеров	
15. Определение цветового и стилевого решения сайта.	
16. Рассмотрение типографики сайта, выбор шрифтов.	
17. Определение способов использования иконок, пиктограмм, фонов в веб-дизайне.	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Веб - дизайн и разработка» в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

- 1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и K° », 2020.-352 с.
- 2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. № 1. C. 8-15.
- 3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. С. 65-69.

- 4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. -2019. -№ 2-1. C. 49-52.
- 5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. Москва : ИНФРА-М, $2020.-269~\rm c.$
- 6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. 2019. № 42. С. 67-72.
- 7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. -2020. -№ 3(93). C. 181-187.
- 8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. 2-е изд.. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. 404 с.
- 9. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2019. № 1(36). С. 21-24.
- 10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. С. 43-49.

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Интернет-ресурсы:
- 1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
- 2. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/
- 3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение:http://www.iaa.ru/15
- 4. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/
- 5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
- 6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
- 7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
- 8. Рекламный сайт & amp; quot; Advertising.ru & amp; quot;: http://www.advertising.ru
- 9. Сайт & amp; quot; Advertology.ru & amp; quot;: www.advertology.ru/
- 10. Центр правового регулирования рекламной деятельности:http://www.cprrd.ru/.

3.3. Общие требования к организации учебной практики

Учебная практика проводится в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее — Профильная организация), и образовательным учреждением.

Сроки проведения учебной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика реализуются в форме практической подготовки и проводятся как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса учебной практики

Организацию и руководство учебной практикой осуществляют руководители практики от образовательной организации и от профильной организации.

№ п/п	ФИО (при наличии специалиста- практика)	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалистпрактик по основному месту работы или на условиях внешнего совместительства	Занимаемая специалистом- практиком должность	Общий трудовой стаж работы специалиста-практика в организациях, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся обучающиеся
11.	Анисимова Анжелика Ринатовна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	20 лет
12.	Галкина Лариса Роберотвна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
13.	Чечина Антонина Ивановна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
14.	Шубенкова Юлия Анатольевна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	4 года
15.	Тулупников Илья Андреевич	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	10 ет

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Код	Критерии оценки результата	
пк,	(показатели освоенности	Формы контроля и методы оценки ⁵
ОК	компетенций)	

ПК 3.1	- определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
11K 3.2	- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
11K 3.3	 участников рекламной деятельности и их функции; классификацию рекламы; процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; понятие и основы брендинга; методы оценки эффективности рекламы. 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: экзамена, квалификационного экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения

		профессиональных компетенций в рамках
		текущего контроля в ходе проведения
0.14		производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);	Устные выступления с Презентацией Защита проектов
	- владение разными способами	Зачет
	представления информации; - результативность и	Экспертное наблюдение выполнения практических работ.
	оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и	Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
	личностного развития.	
ОК	- демонстрация интереса к	Осуществление самообразования,
03	инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

³ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.03 «ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ	XAPAK	ТЕРИСТИКА	РАБОЧЕЙ	ПРОГРАММЫ
ПРО	ОИЗВОДСТВЕ	ННОЙ			
ПРА	АКТКИ				3
1.1.	Цель и мест	о производ	ственной практ	гики в структу	тре образовательной
про	граммы:				
3					
1.2.	Планируемые	результаты	освоения учебно	ой практики	4
1.3.	Обоснование	часов произ	водственной пр	актики в рамка	х вариативной части
ОП					6
2.	СТРУКТУ	РА И	СОДЕРЖА	.НИЕ ПРО	изводственной
ПРА	АКТИКИ	6			
2.1.	Трудоемкость	освоения пр	оизводственной	і́ практики	6
2.2.	Структура про	изводственн	юй практики		7
2.3.	Содержание пр	роизводстве	нной практики.		10
3.	УСЛОВИЯ	РЕАЛИЗА	ЦИИ ПРОГР	АММЫ ПРО	ИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРА	АКТИКИ				
	.12				
3.1.	Материально-т	гехническое	обеспечение пр	оизводственной	и́ практики12
3.2.	Учебно-методі	ическое обес	спечение		12
3.3.	Общие требова	ания к орган	изации произво	дственной прак	тики15
3.4.	Кадровое обес	печение про	цесса производ	ственной практі	ики15
4.	КОНТРОЛІ	ь и	ОЦЕНКА	РЕЗУЛЬТАТО	ОВ ОСВОЕНИЯ
ПРО	ОИЗВОДСТВЕ	ННОЙ	·		
ПРА	АКТИКИ				17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКАРАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки ПМ 03. «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

ПП 03.01	-	МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в
	торговых марок, брендов и	сети Интернет.
	организаций в среде	МДК 03.02 Разработка и реализация
	интернет средствами	рекламных кампаний бренда в сети Интернет
	цифровых	инструментами поисковой оптимизации,
	коммуникационных	контекстно-медийной рекламы и маркетинга
	технологий»	в социальных сетях.

Производственная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
OK 01	Выбирать способы решения	Умения:
01	задач профессиональной	распознавать задачу и/или проблему
	деятельности применительно к различным контекстам	в профессиональном и/или социальном контексте
	-	анализировать задачу и/или проблему и
		выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию,
		необходимую для решения задачи и/или проблемы
		проолемы составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы
		в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих
		действий (самостоятельно или с помощью
		наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и
		социальный контекст, в котором приходится
		работать и жить
		основные источники информации и ресурсы
		для решения задач и проблем в

алгоритмы выполнения в профессиональной и смежных методы работы в профессионежных сферах	работ
методы работы в професси- смежных сферах	-
смежных сферах	
структуру плана для решения зад	дач
порядок оценки результатов ре	
профессиональной деятельности	
ОК Использовать современные Умения:	
02 средства поиска, анализа определять задачи для поиска ин	іформации
и интерпретации информации определять необходимые	источники
и информационные технологии информации	
для выполнения задач планировать процесс поиска	
профессиональной структурировать получаемую ин	формацию
деятельности выделять наиболее значимое	
информации	1 -
оценивать практическую	значимость
результатов поиска	
оформлять результаты поиска	, применять
средства информационных тех	
решения профессиональных зада	
	программное
обеспечение	r·r·
использовать различные цифров	вые средства
для решения профессиональных	_
Знания:	
номенклатура информационных	источников,
	ессиональной
деятельности	
приемы структурирования инфор	рмации
формат оформления результа	
	средства и
устройства информатизации	1
порядок их применения и	программное
	ессиональной
деятельности в том числе с исп	
цифровых средств	
ОК Планировать Умения:	
	нормативно-
профессиональное правовой документации в профе	-
и личностное развитие, деятельности	
предпринимательскую применять современную	научную
деятельность профессиональную терминологи	
в профессиональной сфере, определять и выстраивать	траектории
использовать знания по профессионального разви	
правовой и финансовой самообразования	
	недостатки
грамотности выявлять достоинства и	

	ситуациях		рытия собственного ьной деятельности;
		оформлять бизнес-план	
		рассчитывать размер	выплат по
		процентным ставкам кре	едитования
		определять	инвестиционную
		привлекательность ком	
		рамках профессионально	ой деятельности
		презентовать бизнес-иде	Ю
		определять источники ф	инансирования
		Знания:	
		содержание актуаль	ной нормативно-
		правовой документации	
		современная научная	и профессиональная
		терминология	
		возможные траектории	
		развития и самообразова	
		основы предпринимател	
		основы финансовой грам	
		правила разработки бизн	
		порядок выстраивания п	
		кредитные банковские п	родукты
70 \	***	2	
Код	Уметь	Знать	Владеть
ПК			навыками
ПК 3.1.	-определять тип рекламной	-типов рекламных	-аналитической
3.1.	стратегии продвижения бренда в сети Интернет	стратегий продвижения бренда в	работы при разработке
	-разрабатывать рекламную	сети Интернет	стратегии
	стратегию продвижения бренда	-способов разработки	продвижения в
	в сети Интернет.	рекламных стратегий	сети Интернет
	B cern rintepher.	продвижения бренда в	-выбора
		сети Интернет.	оптимальной
		••	стратегии
			продвижения в
			сети Интернет
			-постановки
			задач
			продвижения
			объекта
			рекламирования
			в сети
			Интернет.
ПК	-подбирать ключевые слова и	-возможности	-подбора и
3.2.	словосочетания с	Интернет-ресурсов для	использования
	максимальным показом для	рекламирования	оффера
	поискового продвижения	товаров/услуг	-разработки
	-использовать специальные	виды сайтов, их -	рекламной
	методы и сервисы повышения	возможности и	кампании в сети
l l	обратной связи с ЦА	варианты применения	Интернет.

	_пореняті помполича	треборания	
	-проверять рекламные	требования к	
	материалы на	качественному	
	уникальность/оригинальность	функционированию сайтов	
	-представлять разработанные		
	макеты рекламных носителей в	-виды и инструменты	
	виде наглядных и достоверных	маркетинговых	
	мокапов	коммуникаций	
	-обеспечивать качественное	-отраслевую	
	функционирования сайта	терминологию	
	-писать оригинальные и	-важность учета	
	качественные рекламные	пожеланий заказчика	
	тексты, в том числе и для веб-	при -планировании	
	сайтов и социальных групп	рекламной кампании в	
	-находить идеи и предложения	сети Интернет	
	для усиления воздействия	-структуру брифа и	
	рекламной кампании на ЦА	требования к нему.	
	-разрабатывать креативные и	-	
	качественные макеты		
	рекламных и информационных		
	носителей, в том числе		
	инфографику в сети Интернет		
	-осуществлять руководство		
	ходом проведения рекламных		
	кампаний в сети Интернет		
	-преобразовывать требования		
	заказчика в бриф		
	-учитывать мнение заказчика		
	при планировании РК.		
ПК	-использовать поисковые	-отраслевую	-структуры и
3.3.	системы интернета	терминологию	базовых
3.3.	-использовать технологии	-важность учета	принципов
	поисково-контекстной рекламы	пожеланий заказчика	рекламного
	- 1		сообщения
	-использовать системы	при разработке дизайна и стратегий в	
	размещения контекстно- медийной рекламы	-	-реализации
	-	сети Интернет	рекламной
	-использовать специальные	- важность учета	кампании в сети
	профессиональные сервисы для	пожеланий заказчика	Интернет.
	оценки эффективности рекламы	при разработке	
	в интернете	рекламных носителей	
	-создавать и обрабатывать	в сети Интернет.	
	графические и текстовые		
	материалы с использованием		
	программных средств,		
	облачных и сетевых технологий		
	-конвертировать файлы в		
	нужные форматы		
	-использовать сетевые средства		
	проверки текстовых материалов		
	на оригинальность и		
	антиплагиат		

-размещать рекламные	
материалы в социальных медиа	
-разрабатывать концепт дизайна	
и первичной визуализации в	
сети Интернет, представляя их в	
виде мудборда или референсов	
-определять эффективные	
офферы	
-создавать оригинальные и	
стильные логотипы	
-составлять тексты	
информационных, нативных и	
иных сообщений для	
размещения в социальных	
медиа	
-создавать оригинальные,	
современные по стилю сайты	
использовать приемы	
внутренней и внешней	
оптимизации сайтов	
повышать информационную	
наглядность сайтов	
-создавать качественные макеты	
иллюстраций для публикации в	
социальных сетях	
-разрабатывать элементы	
фирменного стиля и РК с	
учетом пожеланий и профиля	
заказчика	
-доводить информацию	
заказчика до ЦА	
-использовать методы и	
способы привлечения	
пользователей в интернет-	
сообщество	
-использовать современные	
приемы и технологии	
проведения и управления	
презентациями	
-использовать приемы	
управления аудиторией и ее	
вниманием при разработке	
дизайна и стратегий в сети	
Интернет.	

Цель производственной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 3 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий».

1.2. Планируемые результаты освоения производстенной практики

В результате прохождения производственной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида	Практический опыт / умения
деятельности	
ВД 3	Практический опыт
Продвижение	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети
торговых	Интернет
марок, брендов	-выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет
и организаций в	-постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
среде Интернет	-подбора и использования оффера
средствами	-разработки рекламной кампании в сети Интернет.
цифровых	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения
коммуникацион ных технологий	-реализации рекламной кампании в сети Интернет.
ных технологии	умения
	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
	определять этапы решения задачи
	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
	составлять план действия
	определять необходимые ресурсы
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
	реализовывать составленный план
	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
	определять задачи для поиска информации
	определять необходимые источники информации
	планировать процесс поиска
	структурировать получаемую информацию
	выделять наиболее значимое в перечне информации
	оценивать практическую значимость результатов поиска
	оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
	использовать современное программное обеспечение
	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
	применять современную научную профессиональную терминологию
	определять и выстраивать траектории профессионального развития и

самообразования
выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
презентовать бизнес-идею
определять источники финансирования

1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения производственной практики

Код ПП	Объем,	Форма проведения производственной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
ПП. 03.01	72 ч	рассредоточено	3/5

2.2. Структура производственной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
ПП 03.01 «І технологий»		арок,	брендов и организаций в среде Интер	онет средствами цифровых коммуникационных	72ч
ПК 3.1.; ПК 3.2.;	Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике,	Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	18
ПК 3.3.;	сети Интернет.	2. 3.	Создание клиентской базы для рекламного предприятия Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.	Тема 1.2. Поисковая реклама. SMM-продвижение	18
ПК 3.1.; ПК 3.2.;	Раздел 2. Разработка и реализация рекламных	1.	Изготовить рекламный и/или PR материал.	Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	18
ПК 3.3.;	кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.		Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.	Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	18

2.3. Содержание производственной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
ПП 03.01 «Продвижение торговых Интернет средствами цифровых ко	марок, брендов и организаций в среде ммуникационных технологий»	72 ч
Раздел 1. Стратегии продвижения б	ренда в сети Интернет.	
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	18
интернете	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	
	6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	
Тема 1.2. Поисковая реклама. SMM-	Содержание	18
продвижение	1. Для чего необходимо SMM, как оно работает и из чего оно состоит?	
	2. Роль поисковых систем в электронной коммерции и продвижении. Технические возможности Яндекс Директ	
	3. Технические возможности сервиса сбора статистики о посетителях «Яндекс Метрика»	
	4. Предварительная оценка эффективности выбранных ключевых слов на показы и CTR/CR	
	5. Заполнение формы рекламного сообщения (заголовок, подзаголовок, текст) с использованием ключевых слов	
	6. Создание статьи для размещения в социальной сети. Описания SMM стратегии, включающей статьи	

	расходов (контент-план)	
	ия рекламных кампаний бренда в сети вой оптимизации, контекстно-медийной ых сетях.	
Тема 2.1. Маркетинговые	Содержание	18
коммуникации в Интернете и новых медиа	 Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде. Принципы и практики реализации контекстной рекламы 	
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»	
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	
	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	
	8. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	
	9.Маркетинговые коммуникации в социальных медиа: основные компоненты	
	10.Основные направления коммуникации в социальных медиа.	
	11. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	
Тема 2.2. Управление реализацией	Содержание	18
стратегии интернет-продвижения	1. Технологии привлечения посетителей на сайт	
	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга	
	3. Этапы осуществления компаний.	
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.	

	5. E-mail- и вирусный маркетинг.
	6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности
	8. Что называют платформой бренда?
	9. Основные элементы бренд платформ
	10.Этапы разработки основных элементов бренд платформ
	11.Соблюдение стратегии бренда при разработке бренд платформ
	12. Использование элементов фирменного стиля при создании сайта
	13. Изучение правил создания баннеров.
	14. Изучение форматов баннеров
	15. Определение цветового и стилевого решения сайта.
	16. Рассмотрение типографики сайта, выбор шрифтов.
	17. Определение способов использования иконок, пиктограмм, фонов в веб-дизайне.
Промежуточная аттестация в форме д	ифференцированного зачёта

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся (далее — Профильные организации).

База прохождения производственной практики должна быть укомплектована оборудованием, техническими средствами обучения в объеме, позволяющем выполнять работ, связанные с будущей профессиональной определенные виды деятельностью обучающихся. практики должна обеспечивать безопасные условия труда для База обучающихся.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

- 1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и K° », 2020. 352 с.
- 2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. $2019.- \mathbb{N} = 1.- \mathbb{C}. 8-15.$
- 3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. С. 65-69.

- 4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 2-1. С. 49-52.
- 5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. Москва : ИНФРА-М, $2020.-269~\rm c.$
- 6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. 2019. № 42. С. 67-72.
- 7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. -2020. -№ 3(93). -С. 181-187.
- 8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. 2-е изд.. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. 404 с.
- 9. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2019. № 1(36). С. 21-24.
- 10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. С. 43-49.

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Интернет-ресурсы:
- 1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
- 2. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/
- 3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение:http://www.iaa.ru/15
- 4. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/
- 5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
- 6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
- 7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
- 8. Рекламный сайт & amp; quot; Advertising.ru & amp; quot;: http://www.advertising.ru
- 9. Сайт & amp; quot; Advertology.ru & amp; quot;: www.advertology.ru/
- 10. Центр правового регулирования рекламной деятельности:http://www.cprrd.ru/.

3.3. Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в профильных организациях на основе договоров, заключаемых между образовательным организацией СПО и профильными организациями.

В период прохождения производственной практики обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики.

Сроки проведения производственной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

Производственная практика реализуются в форме практической подготовки и проводится как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса производственной практики

Организацию и руководство производственной практикой осуществляют руководители практики от образовательной организации и от профильной организации.

No	ФИО	Поличенования о рганизачин	201111100100	Обучуй труновой этом
	_	Наименование организации,	Занимаемая	Общий трудовой стаж
п/п	(при	осуществляющей	специалистом-	работы специалиста-
	наличии)	деятельность в	практиком	практика в организациях,
	специалиста-	профессиональной сфере, в	должность	осуществляющих
	практика	которой работает		деятельность в
		специалист-практик по		профессиональной сфере,
		основному месту работы		соответствующей
		или на условиях внешнего		профессиональной
		совместительства		деятельности, к которой
				готовятся обучающиеся
1	Ивзанс	ООО Рекламно-	Директор	26 лет
	Виктория	производственная компания		
	Викторовна	«Новая Планета»		
2	Бывальцева	ООО «Мэри Поппинс»	Директор	24 лет
	Елена	_		
	Игоревна			
3	Кузнецова	OOO «Премиум»	Директор	32 лет
	Татьяна			
	Германовна			
4	Токарева	ООО «Арт-презент»	Директор	22 лет
	Галина	1		
	Анатольевна			
5	Черков	ООО «Мир наград»	Директор	17 лет
	Дмитрий	1 1		
	Викторович			
6	Бакаев	ООО АМК «Кликау»	Директор	7 лет
	Дмитрий	ĺ	, , 1 1	
	Андреевич			
	r 11		l	

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код	Критерии оценки результата	
пк,	(показатели освоенности	Формы контроля и методы оценки ⁶
ОК	компетенций)	

ПК 3.1	- определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
11K 3.2	- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.3	 участников рекламной деятельности и их функции; классификацию рекламы; процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; понятие и основы брендинга; методы оценки эффективности рекламы. 	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: экзамена, квалификационного экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения

		профессиональных компетенций в рамках
		текущего контроля в ходе проведения
0.74		производственной практики.
ОК 02	 соответствие найденной информации заданной теме 	Устные выступления с Презентацией
02	(задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при	Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
	решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК	- демонстрация интереса к	Осуществление самообразования,
03	инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

³ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.04.01 «СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩА	R	XAPAK	ТЕРИСТИК	A	РАБОЧЕЙ	ПРОГРАММЫ
ПРА	А КТКИ						3
1.1.	Цель	И	место	практики	В	структуре	образовательной
про	граммы:						
3							
1.2.	Планируем	ые р	езультаты (освоения пр	актики		4
1.3.	Обоснова	ние	часов пр	актики в	рамках	к вариативно	ой части ОПОП-
							6
2.		C'	ТРУКТУРА	4	И		СОДЕРЖАНИЕ
ПРА	АКТИКИ				6		
2.1.	Трудоемко	сть о	своения пр	актики			6
2.2.	Структура	практ	гики				7
2.3.	Содержани	е про	оизводстве	нной практи	ки		10
							ПРОГРАММЫ
ПР	АКТИКИ					• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	
	.12						
3.1.	Материалы	но-те	хническое	обеспечени	е практі	ики	12
							12
							15
	-		_	_			15
4.							В ОСВОЕНИЯ
ПРА				•			
	17						

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКАРАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 1.1. Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

<u> </u>							
УП 04.01	ПМ 04 «Создание ключев	вых	МДК	04.0	1 Разра	ботка	творческих
	вербальных и визуальн		1				
	сообщений, основн	ΙЫΧ	МДК	04.02	Разработ	ка и	размещение
	креативных решений	И	реклам	ного	контента	для	продвижения
	творческих материалов	на	торгов	ой марі	ки		
	основных рекламн	ΙЫΧ					
	носителях».						

Учебная практика направлена на развитие общих (OK) и профессиональных компетенций (ΠK) :

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК	Выбирать	Умения:
01	способы решения задач	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
	профессионально й деятельности	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
	применительно	определять этапы решения задачи
	к различным	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую
	контекстам	для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в
		котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения
		задач и проблем в профессиональном и/или социальном
		контексте
		алгоритмы выполнения работ
		в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах

		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач
		профессиональной деятельности
ОК	Использовать	Умения:
02	современные	определять задачи для поиска информации
02	средства поиска,	определять необходимые источники информации
	анализа	1 1
	и интерпретации	планировать процесс поиска
	информации	структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
	И	оценивать практическую значимость результатов поиска
	информационные	оформлять результаты поиска, применять средства
	технологии для	информационных технологий для решения
	выполнения	профессиональных задач
	задач	использовать современное программное обеспечение
	профессионально	использовать различные цифровые средства для решения
	й деятельности	профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых
		в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
	_	формат оформления результатов поиска информации
		современные средства и устройства информатизации
		современные средства и устроиства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с
OK	Пуомуровоту	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
OK 02	Планировать	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения:
OK 03	и реализовывать	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой
	и реализовывать собственное	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
	и реализовывать собственное профессионально	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную
	и реализовывать собственное профессионально е	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие,	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности.
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере,	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной коммерческих идей в рамках профессиональной
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания:
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных	порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе о использованием цифровых средств Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология

		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК	Эффективно	Умения:
04	взаимодействова	организовывать работу коллектива
	ТЬ	и команды
	и работать	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в
	в коллективе и	ходе профессиональной деятельности
	команде	Знания:
		психологические основы деятельности коллектива,
		психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК	Осуществлять	Умения:
05	устную	грамотно излагать свои мысли
	и письменную	и оформлять документы по профессиональной тематике на
	коммуникацию	государственном языке, проявлять толерантность в рабочем
	на	коллективе
	государственном	Знания:
	языке	особенности социального и культурного контекста;
	Российской	правила оформления документов
	Федерации с	и построения устных сообщений
	учетом	
	особенностей	
	социального	
	и культурного	
	контекста	
ОК	Проявлять	Умения:
06	гражданско-	проявлять гражданско-патриотическую позицию
	патриотическую	демонстрировать осознанное поведение
	позицию,	описывать значимость своей специальности
	демонстрировать	применять стандарты антикоррупционного поведения
	осознанное	Знания:
	поведение на	сущность гражданско-патриотической позиции
	основе	традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с
	традиционных общечеловечески	учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных
	J	отношений
	х ценностеи, в том числе с	значимость профессиональной деятельности по
	учетом -	специальности
	гармонизации	стандарты антикоррупционного поведения и последствия
	межнациональны	его нарушения
	ХИ	
	межрелигиозных	
	отношений,	
	применять	
	стандарты	
	-	
1	антикоррупцион	
	антикоррупцион ного поведения	

Кo	VMATL	Зиоть	Впалеть
		правила чтения текстов професс	сиональной направленности
		особенности произношения	
		средств и процессов профессио	нальной деятельности
		лексический минимум, относяц	
		профессиональная лексика)	
		основные общеупотребительн	ные глаголы (бытовая и
		профессиональные темы	
		правила построения простых	и сложных предложений на
		Знания:	
		интересующие профессиональн	
		писать простые связные сос	общения на знакомые или
		планируемые)	
		кратко обосновывать и объясня	
		профессиональной деятельност	
	языках	строить простые высказыва	ния о себе и о своей
	государственном и иностранном	участвовать в диалогах и профессиональные темы	на знакомые общие
		1	_
	на на	на известные темы (профе понимать тексты на базовые пр	
	профессионально й документацией	на известные темы (профе	ессиональные и бытовые),

Ко	Уметь	Знать	Владеть
Д			навыками
ПК			
ПК	-использовать поисковые	-виды и инструменты	-подбора и
4.1.	системы интернета	маркетинговых	использования
	-использовать технологии	коммуникаций	визуальных идей
	поисково-контекстной	-отраслевую	фотоизображений,
	рекламы и их системы	терминологию	рекламных
	размещения	-требования к	проектов
	-определять эффективные	визуальным и	визуальной
	УТП (уникальные торговые	текстовым материалам в	информации,
	предложения) и офферы	социальных сетях и на	идентификации и
	-доводить информацию	сайте объекта	коммуникации,
	заказчика до ЦА	рекламирования для	фото- и
	-использовать методы и	обеспечения	видеопроектов
	способы привлечения	максимальной	объекта
	пользователей в интернет-	коммуникации с	рекламирования с
	сообщество.	аудиторией	учетом
		-технологии	Уникального
		воздействия на	Торгового
		аудиторию при с	Предложения
		применением	(УТП)
		визуальных и текстовых	-поиска и подбора
		материалов в	оригинального
		социальные сети и на	нейма и слогана.
		сайте объекта	
		рекламирования в	
		соответствии	
		поставленным задачам.	

ПК	-использовать специальные	-отраслевую	-определения
4.2.	методы и сервисы	терминологию	оригинальной идеи
	повышения обратной связи	важность учета	для рекламной
	с ЦА	-пожеланий заказчика	кампании
	-проверять рекламные	при планировании	-подбора и
	материалы на	рекламной кампании	использования
	уникальность/оригинальнос		визуальных идей
	ТЬ.		фотоизображений,
			рекламных
			проектов
			визуальной
			информации,
			идентификации и
			коммуникации,
			фото- и
			видеопроектов объекта
			рекламирования с
			учетом инсайта
			для РК.
ПК.	-использовать специальные	-программное	-оформления
4.3	профессиональные сервисы	обеспечение,	текстовых и
	для оценки эффективности	необходимое для	графических
	рекламы в интернете	макетирования	документов
	-создавать и обрабатывать	рекламных носителей	-оформление
	графические и текстовые	возможности интернет-	рекламных
	материалы с	ресурсов для	носителей, в том
	использованием	макетирования	числе -текстовых и
	программных средств,	рекламных носителей	графических
	облачных и сетевых	виды сайтов, их -	-создания
	технологий	возможности и	визуальных идей
	-конвертировать файлы в	варианты применения	фотоизображений,
	нужные форматы сетевые	требования к качественному	рекламных проектов
		функционированию	визуальной
	средства проверки текстовых материалов на	сайтов	информации,
	оригинальность и	-программное	идентификации и
	антиплагиат	обеспечение,	коммуникации,
	-размещать рекламные	необходимое для	фото- и
	материалы в социальных	макетирования	видеопроектов
	медиа	рекламных носителей	объекта
	-подбирать визуальные и	технические средства	рекламирования с
	текстовые материалы в	создания визуального	учетом,
	социальных сетях и на	контента	поставленных
	сайте объекта	-возможности и ресурсы	задач в области
	рекламирования для	для макетирования	рекламы.
	интернет-продвижения	рекламных носителей	
	-представлять	-виды и инструменты	
	разработанные макеты	маркетинговых	
	рекламных носителей в	коммуникаций	

виде наглядных и
достоверных мокапов
-обеспечивать качественное
функционирования сайта
писать оригинальные и
качественные рекламные
тексты, в том числе и для
веб-сайтов
-создавать графические
материалы рекламного
характера
-находить идеи и
предложения для усиления
воздействия рекламной
кампании на ЦА
-разрабатывать концепт
-разрабатывать концент дизайна и первичной
визуализации, представляя
их в виде мудборда или
референсов
-составлять тексты
информационных,
нативных и иных
сообщений для размещения
в социальных медиа
-Создавать оригинальные,
современные по стилю
сайты
-разрабатывать креативные
и качественные макеты
рекламных и
информационных
носителей, в том числе
инфографику
-использовать приемы
внутренней и внешней
оптимизации сайтов
-повышать
информационную
наглядность сайтов
-создавать качественные
макеты иллюстраций для
публикации в социальных
сетях.

брифа -структуру требования к нему -важность учета пожеланий заказчика разработке при фирменного дизайна и элементов фирменного стиля учета -важность пожеланий заказчика разработке при рекламных носителей -требования К электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации cаудиторией -технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций защит проектов.

Цель учебной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 4 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики В результате прохождения учебной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование	Практический опыт / умения				
вида деятельности					
ВД 4 Создание	Практический опыт				
ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных	-подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фотои видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) -поиска и подбора оригинального нейма и слогана				
креативных решений и творческих материалов на основных	-определения оригинальной идеи для рекламной кампании -подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.				
рекламных носителях	-оформления текстовых и графических документов -оформление рекламных носителей, в том числе -текстовых и графических -создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.				
	умения				
	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте				
	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части				
	определять этапы решения задачи				
	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы				
	составлять план действия				
	определять необходимые ресурсы				
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах				
	реализовывать составленный план				
	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)				
	определять задачи для поиска информации				
	определять необходимые источники информации				
	планировать процесс поиска				
	структурировать получаемую информацию				
	выделять наиболее значимое в перечне информации				
	оценивать практическую значимость результатов поиска				

	оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
	использовать современное программное обеспечение
	использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
	применять современную научную профессиональную терминологию
	определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
	определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
	презентовать бизнес-идею
	определять источники финансирования
	организовывать работу коллектива и команды
	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе проявлять гражданско-патриотическую позицию
_	демонстрировать осознанное поведение
	описывать значимость своей специальности
	применять стандарты антикоррупционного поведения
	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
	участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
	строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
	кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
	писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П μe предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем,	Форма проведения учебной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
УП. 04.01	72 ч	рассредоточено	2/4

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов	
	УП 04.01 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»					
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 1. Разработка творческих рекламных решений	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике, - Разработка корпоративной	Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	9	
		2. 3.	идентичности, ее основных функции и элементов - Визуализация фирменного блока - Разработка логотипа как элемент фирменного стиля Поиск инсайта и ключевых рекламных решений	Тема 1.2. Творческая концепция в рекламе	9	
ПК 4.1.; ПК 4.2.;	Раздел 2. Разработка и размещение рекламного	1.	Разработка рекламной продукции	Тема 2.1. Технологии производства рекламного продукта	9	
ПК 4.3.;	контента для продвижения торговой марки		- Проектирование, разработка и изготовление рекламного продукта - Разработка дизайнерского макета, заказа, обсуждение рекламного продукта и результатов практики - Выбор необходимых материалов, оборудования и средств производства рекламных продуктов с учетом специфики предприятия - Создание на ПК электронной	Тема 2.2. Рекламное портфолио	9	

1	\sim
1	٠.
	.)

презентации Управление коммуникациями в Интернет
--

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
	вербальных и визуальных сообщений, и творческих материалов на основных	36 ч
Раздел 1. Разработка творческих ре	кламных решений	
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание 1. Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта. 2.Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Обзор понятий: типографика, инфографика, фотографика. 3. Характеристики процесса разработки рекламного обращения. Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения. 4. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. Понятие «фирменный стиль». Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и широком смысле. Принципы создания фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки. Общая теория бренда. Законы создания	9

	5.Способы кодирования информации.	
	Товарный знак в системе фирменного	
	стиля. Виды товарных знаков.	
	Правовые нормы регистрации	
	товарного знака. Торговая марка и	
	бренд.	
	Товарный знак может быть решен как	
	знак – индекс (если товар уже хорошо	
	знаком потребителю), знак – символ (абстрактные свойства товаров),	
	товарная марка (обозначение	
	однотипных изделий, но разных по	
	форме, сорту), как фирменный знак.	
	6.Логотип как элемент фирменного	
	стиля. Критерий при разработке	
	логотипа. Анализ хороших и	
	неудачных логотипов. Варианты	
	создания логотипа. Шрифт в логотипе	
	7. Фирменный персонаж как элемент	
	фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка	
	фирменного персонажа. Варианты.	
	8. Фирменный паттерн.	
	Работа по созданию авторских кистей.	
	Создание авторского фона	
	Создание шрифтов для разработки	
	рекламной продукции.	
	9. Муборд. Содержание муборда.	
	10.Брендбук. Ребрендинг элементов	
	фирменного стиля.	
	11.Основные носители элементов	
	фирменного стиля. Фирменный блок.	
	Формы деловой документации и	
	технической докуменциита. Корпоративная одежда и транспорт,	
	сувенирная продукция.	
Тема 1.2. Творческая концепция в	Содержание	9
рекламе	•	-
	1.Историческое формирование рекламных жанров. Жанровое	
	рекламных жанров. Жанровое разнообразие рекламного творчества.	
	Рекламное творчество в русской	
	культуре	
	2.Понятие рекламной концепции и	
	рекламной идеи.	
	3.Основные жанры современной	
	печатной рекламы. Публицистические	
	жанры современного рекламного	

пространства	
4. Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р. Ривза.	
5. Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы	
6.Методы поиска творческих идей. Этапы создания рекламного продукта	
7.Основы выработки стратегии разработки фирменного наименования. (Нейминг). Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов)	
8. Креативное обеспечение рекламного процесса. Формы и функции рекламного креатива. Этапы разработки креативной концепции, структурные элементы креативной концепции.	
9. Семиотика рекламы: реклама как как семиотическая система. Семантическая структура рекламного продукта. Типология знака. Виды и классификация рекламных знаков.	
10.Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Мифотехнологии в рекламной коммуникации	
11.Креативный бриф. Структура брифа.Модели креативных рекламных брифов.	
12.Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды ("агрессивный» и «мягкий» подход), Неформальный стиль рекламного обращения; активизация позитивных эмоций у потребителя.	
13. Формирование творческой концепции (поисковое эскизирование). Комплексное решение элементов наружной рекламы.	
14.Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистические	

	приемы рекламного текста. Особенности текстового оформления рекламной продукции.	
Раздел 2. Разработка и размещение торговой марки	е рекламного контента для продвижения	
Тема 2.1. Технологии производства	Содержание	9
рекламного продукта	Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения.	
	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Структура и параметры печатных изданий. Структура полосы издания.	
	Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	Наружная реклама: условия воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложения	
	Основные сервисы интернета. WEB- документы. Технология анонсирования рекламы в Интернете. Виды Интернет- рекламы и способы их классификации, основные достоинства и инедостатки.	
	Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций	

Тема 2.2. Рекламное портфолио	Содержание	9
	Разработка брендбука, согласно техническому описанию. Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования. Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Система идентификации. Разработка рекламной продукции с фирменным стилем.	
Промежуточная аттестация в форме д	цифференцированного зачёта	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Для реализации программы учебной практики должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинеты «Профессиональных модулей» и «Композиции, рисунка и живописи», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Лаборатории: «Компьютерного дизайна»; «Информационных и коммуникационных технологий»; «Компьютерной графики и видеомонтажа», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.3 образовательной программы по специальности.

Мастерские: «Веб- дизайн и разработка» и «Программные решения для бизнеса», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

- 1. Анашкина, Н.А. Рекламный образ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Н.А. Анашкина; под ред. Л.М. Дмитриевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 175 с. -(Серия «Азбука рекламы»). ISBN 978-5-238-01914-7. Текст : электронный. URL: https://znanium.com/catalog/product/1028574 (дата обращения: 14.09.2023). Режим доступа: по подписке.
- 2. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. 3-е изд., стер. Санкт-Петербург : Лань, 2022. 88 с. ISBN 978-5-507-44709-1. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. URL: https://e.lanbook.com/book/238658 (дата обращения: 03.08.2023). Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 3. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 425 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-16874-7. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/531940 (дата обращения: 14.09.2023).
- 4. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 262 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-10041-9. —

- Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/517025 (дата обращения: 14.09.2023).
- 5. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург : Лань, 2023. 372 с. ISBN 978-5-507-45867-7. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. URL: https://e.lanbook.com/book/288947 (дата обращения: 03.08.2023). Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 6. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 502 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-05261-9. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/510974 (дата обращения: 14.09.2023).
- 7. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 159 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-13318-9. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/519472 (дата обращения: 14.09.2023).
- 8. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 177 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-12575-7. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 14.09.2023).

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.
- 2. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 2-1. С. 49-52.
 - 3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта:
- 4. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. С. 43-49.
- 5. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайнплатформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика. – 2019. – № 2(15). – С. 188-194.
- 6. Гуриева, Л. К. Возможности интернет-маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Г. Э. Батагов // Управление экономическими и социальными системами региона : Сборник научных трудов / Под редакцией С.Ф. Дзагоева. Владикавказ : Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2019. С. 120-126.
- 7. Гюмюшлю, А. И. Методы продвижения с использованием Интернет-маркетинга / А. И. Гюмюшлю, Ж. Санду // Практический маркетинг : Материалы IV международной студенческой научно-практической конференции, Москва, 24 апреля 2019 года / Ответственный редактор И.Л. Сурат. Москва: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский экономический институт», 2019. С. 356-363.
- 8. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. 2019. № 42. С. 67-72.
- 9. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. 2020. № 3(93). С. 181-187.

3.3. Общие требования к организации производственной практики

Учебная практика проводится в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее — Профильная организация), и образовательным учреждением.

Сроки проведения учебной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика реализуются в форме практической подготовки и проводятся как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса учебной практики

Учебная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

№ п/п	ФИО (при наличии специалиста- практика)	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалистпрактик по основному месту работы или на условиях внешнего совместительства	Занимаемая специалистом- практиком должность	Общий трудовой стаж работы специалиста-практика в организациях, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся обучающиеся
16.	Анисимова	Волгоградский	Преподаватель	20 лет
	Анжелика	Социально-		
	Ринатовна	педагогический		
17	Г	колледж	П	40
17.	Галкина Лариса	Волгоградский	Преподаватель	40 лет
	Роберотвна	Социально- педагогический		
		колледж		
18.	Чечина Антонина	Волгоградский	Преподаватель	40 лет
10.	Ивановна	Социально-	Преподаватель	10 3101
	11541105114	педагогический		
		колледж		
19.	Шубенкова Юлия	Волгоградский	Преподаватель	4 года
	Анатольевна	Социально-		
		педагогический		
		колледж		
20.	Тулупников Илья	Волгоградский	Преподаватель	10 лет
	Андреевич	Социально-		
		педагогический		
		колледж		

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки ⁷
ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.2	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.3	 обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: актуальность; степень достижения - поставленной цели; креативность; изобразительная ценность; обоснованность выводов и предложений; 	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

ОК 01	 характер (авторский или компилятивный); использование смежных технологий и материалов; эффективность. выбор и применение способов решения профессиональных задач; оценка эффективности и качества выполнения задач; знание более одного способа решения профессиональной задачи; 	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:
	- аргументация выбора конкретного способа.	 - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных

ОК	- демонстрация результатов	домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Экспертное наблюдение за обучающимся в
04	деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей объективность оценки собственного вклада в достижение командного	ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Зачет
	результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и	Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения
ОК	саморегуляции в коллективе использование вербальных и	производственной практики. Экспертная оценка умения вступать в
05	невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 06	 грамотно излагать свои мысли; оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; проявлять толерантность в рабочем коллективе. 	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ.

		Результатов выполнения индивидуальных
		домашних заданий, при проведении:
		- экзамена, квалификационного;
		- экзамена по модулю.
		Экспертная оценка освоения
		профессиональных компетенций в рамках
		текущего контроля в ходе проведения
		производственной практики.
ОК	- эффективность поиска	Экспертное наблюдение за выполнением
09	необходимой информации в	работ;
	российских и зарубежных	Оценка соблюдения правил оформления
	источниках: нормативно-	документов и построения устных сообщений
	правовой документации,	на государственном языке Российской
	стандартах;	Федерации;
	- объективность анализа и	Кейс-метод;
	эффективность применения в	Зачет
	профессиональной	Результатов выполнения индивидуальных
	деятельности информации,	домашних заданий, при выполнении и защите
	содержащейся в документации	курсовой работы, при проведении:
	профессиональной области	- экзамена, квалификационного;
		- экзамена по модулю.
		Экспертная оценка освоения
		профессиональных компетенций в рамках
		текущего контроля в ходе проведения
		производственной практики.

³ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04 «СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКАРАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

ПП 04.01	ПМ 04 «Соз	оздание ключевых		МДК	04.0	1 Разра	ботка	творческих
	вербальных	и визуалы	ных	реклам	иных ре	шений		
	сообщений,	основ	ных	МДК	04.02	Разработ	ка и	размещение
	креативных	решений	И	реклам	ИНОГО	контента	для	продвижения
	творческих	материалов	на	торгов	ой марі	ки		
	основных	реклам	ных					
	носителях».							

Производственная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения		
ОК	Выбирать	Умения:		
01	способы решения задач	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте		
	профессионально й деятельности	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части		
	применительно	определять этапы решения задачи		
	к различным	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую		
	контекстам	для решения задачи и/или проблемы		
		составлять план действия		
		определять необходимые ресурсы		
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах		
		реализовывать составленный план		
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)		
		Знания:		
				актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте		
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях		
		методы работы в профессиональной и смежных сферах		

		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач
		профессиональной деятельности
ОК	Использовать	Умения:
02	современные	определять задачи для поиска информации
02	средства поиска,	определять необходимые источники информации
	анализа	
	и интерпретации	планировать процесс поиска
	информации	структурировать получаемую информацию
	И	выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
	информационные	оформлять результаты поиска, применять средства
	технологии для	информационных технологий для решения
	выполнения	профессиональных задач
	задач	использовать современное программное обеспечение
	профессионально	использовать различные цифровые средства для решения
	й деятельности	профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых
		в профессиональной деятельности
	-	приемы структурирования информации
	-	формат оформления результатов поиска информации
	_	современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в
		профессиональной деятельности в том числе с
l l		использованием цифровых средств
OTC	T	11 1
ОК	Планировать	Умения:
OK 03	и реализовывать	Умения: определять актуальность нормативно-правовой
	и реализовывать собственное	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
	и реализовывать	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
	и реализовывать собственное	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
	и реализовывать собственное профессионально	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию
	и реализовывать собственное профессионально е	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие,	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере,	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания:
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания:
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания:
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательности коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации
	и реализовывать собственное профессионально е и личностное развитие, предприниматель скую деятельность в профессионально й сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология

		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК	Эффективно	Умения:
04	взаимодействова	организовывать работу коллектива
	ТЬ	и команды
	и работать	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в
	в коллективе и	ходе профессиональной деятельности
	команде	Знания:
		психологические основы деятельности коллектива,
		психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК	Осуществлять	Умения:
05	устную	грамотно излагать свои мысли
	и письменную	и оформлять документы по профессиональной тематике на
	коммуникацию	государственном языке, проявлять толерантность в рабочем
	на	коллективе
	государственном	Знания:
	языке	особенности социального и культурного контекста;
	Российской	правила оформления документов
	Федерации с	и построения устных сообщений
	учетом	
	особенностей	
	социального	
	и культурного	
	контекста	
ОК	Проявлять	Умения:
06	гражданско-	проявлять гражданско-патриотическую позицию
	патриотическую	демонстрировать осознанное поведение
	позицию,	описывать значимость своей специальности
	демонстрировать	применять стандарты антикоррупционного поведения
	осознанное	Знания:
	поведение на	сущность гражданско-патриотической позиции
	основе	традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с
	традиционных общечеловечески	учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных
	J	отношений
	х ценностеи, в том числе с	значимость профессиональной деятельности по
	учетом -	специальности
	гармонизации	стандарты антикоррупционного поведения и последствия
	межнациональны	его нарушения
	ХИ	
	межрелигиозных	
	отношений,	
	применять	
	стандарты	
	-	
1	антикоррупцион	
	антикоррупцион ного поведения	

Кo	VMATL	Зиоть	Впалеть
		правила чтения текстов професс	сиональной направленности
		особенности произношения	
		средств и процессов профессио	нальной деятельности
		лексический минимум, относяц	
		профессиональная лексика)	
		основные общеупотребительн	ные глаголы (бытовая и
		профессиональные темы	
		правила построения простых	и сложных предложений на
		Знания:	
		интересующие профессиональн	
		писать простые связные сос	общения на знакомые или
		планируемые)	
		кратко обосновывать и объясня	
		профессиональной деятельност	
	языках	строить простые высказыва	ния о себе и о своей
	государственном и иностранном	участвовать в диалогах и профессиональные темы	на знакомые общие
		1	_
	на на	на известные темы (профе понимать тексты на базовые пр	
	профессионально й документацией	на известные темы (профе	ессиональные и бытовые),

Ко	Уметь	Знать	Владеть
Д			навыками
ПК			
ПК	-использовать поисковые	-виды и инструменты	-подбора и
4.1.	системы интернета	маркетинговых	использования
	-использовать технологии	коммуникаций	визуальных идей
	поисково-контекстной	-отраслевую	фотоизображений,
	рекламы и их системы	терминологию	рекламных
	размещения	-требования к	проектов
	-определять эффективные	визуальным и	визуальной
	УТП (уникальные торговые	текстовым материалам в	информации,
	предложения) и офферы	социальных сетях и на	идентификации и
	-доводить информацию	сайте объекта	коммуникации,
	заказчика до ЦА	рекламирования для	фото- и
	-использовать методы и	обеспечения	видеопроектов
	способы привлечения	максимальной	объекта
	пользователей в интернет-	коммуникации с	рекламирования с
	сообщество.	аудиторией	учетом
		-технологии	Уникального
		воздействия на	Торгового
		аудиторию при с	Предложения
		применением	(УТП)
		визуальных и текстовых	-поиска и подбора
		материалов в	оригинального
		социальные сети и на	нейма и слогана.
		сайте объекта	
		рекламирования в	
		соответствии	
		поставленным задачам.	

ПК	-использовать специальные	-отраслевую	-определения
4.2.	методы и сервисы	терминологию	оригинальной идеи
	повышения обратной связи	важность учета	для рекламной
	с ЦА	-пожеланий заказчика	кампании
	-проверять рекламные	при планировании	-подбора и
	материалы на	рекламной кампании	использования
	уникальность/оригинальнос		визуальных идей
	ТЬ.		фотоизображений,
			рекламных
			проектов
			визуальной
			информации,
			идентификации и
			коммуникации,
			фото- и
			видеопроектов объекта
			рекламирования с
			учетом инсайта
			для РК.
ПК.	-использовать специальные	-программное	-оформления
4.3	профессиональные сервисы	обеспечение,	текстовых и
	для оценки эффективности	необходимое для	графических
	рекламы в интернете	макетирования	документов
	-создавать и обрабатывать	рекламных носителей	-оформление
	графические и текстовые	возможности интернет-	рекламных
	материалы с	ресурсов для	носителей, в том
	использованием	макетирования	числе -текстовых и
	программных средств,	рекламных носителей	графических
	облачных и сетевых	виды сайтов, их -	-создания
	технологий	возможности и	визуальных идей
	-конвертировать файлы в	варианты применения	фотоизображений,
	нужные форматы сетевые	требования к качественному	рекламных проектов
		функционированию	визуальной
	средства проверки текстовых материалов на	сайтов	информации,
	оригинальность и	-программное	идентификации и
	антиплагиат	обеспечение,	коммуникации,
	-размещать рекламные	необходимое для	фото- и
	материалы в социальных	макетирования	видеопроектов
	медиа	рекламных носителей	объекта
	-подбирать визуальные и	технические средства	рекламирования с
	текстовые материалы в	создания визуального	учетом,
	социальных сетях и на	контента	поставленных
	сайте объекта	-возможности и ресурсы	задач в области
	рекламирования для	для макетирования	рекламы.
	интернет-продвижения	рекламных носителей	
	-представлять	-виды и инструменты	
	разработанные макеты	маркетинговых	
	рекламных носителей в	коммуникаций	

В	иде наглядных и
Д	остоверных мокапов
-(обеспечивать качественное
ф	ункционирования сайта
П	исать оригинальные и
К	ачественные рекламные
Т	ексты, в том числе и для
В	еб-сайтов
-(создавать графические
N	патериалы рекламного
X	арактера
-]	находить идеи и
П	редложения для усиления
	оздействия рекламной
	ампании на ЦА
	разрабатывать концепт
-	изайна и первичной
	изуализации, представляя
	их в виде мудборда или
	еференсов
_	составлять тексты
	нформационных,
	ативных и иных
	ообщений для размещения
	социальных медиа
	Создавать оригинальные, овременные по стилю
	овременные по стилю айты
1	***************************************
	разрабатывать креативные
	качественные макеты
1	екламных и
	нформационных
	осителей, в том числе
	нфографику
	использовать приемы
	нутренней и внешней
	птимизации сайтов
	повышать
	нформационную
	аглядность сайтов
	создавать качественные
	акеты иллюстраций для
	убликации в социальных
c	етях.

брифа -структуру требования к нему -важность учета пожеланий заказчика разработке при фирменного дизайна и элементов фирменного стиля учета -важность пожеланий заказчика разработке при рекламных носителей -требования К электронной презентации ДЛЯ обеспечения максимальной коммуникации cаудиторией -технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций защит проектов.

Цель производственной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 4 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

1.2. Планируемые результаты освоения производственная практики

В результате прохождения производственной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование	Практический опыт / умения
вида деятельности	
ВД 4 Создание	Практический опыт
ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных	-подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фотои видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) -поиска и подбора оригинального нейма и слогана
креативных решений и творческих материалов на основных	-определения оригинальной идеи для рекламной кампании -подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
рекламных носителях	-оформления текстовых и графических документов -оформление рекламных носителей, в том числе -текстовых и графических -создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
	умения
	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
	определять этапы решения задачи
	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
	составлять план действия
	определять необходимые ресурсы
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
	реализовывать составленный план
	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
	определять задачи для поиска информации
	определять необходимые источники информации
	планировать процесс поиска
	структурировать получаемую информацию
	выделять наиболее значимое в перечне информации
	оценивать практическую значимость результатов поиска

	оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
	использовать современное программное обеспечение
	использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
	применять современную научную профессиональную терминологию
	определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
	определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
	презентовать бизнес-идею
	определять источники финансирования
	организовывать работу коллектива и команды
	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе проявлять гражданско-патриотическую позицию
	демонстрировать осознанное поведение
	описывать значимость своей специальности
	применять стандарты антикоррупционного поведения
	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
	участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
	строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
	кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
	писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

а. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ 2.1. Трудоемкость освоения производственной практики

Код ПП	Объем,	Форма проведения производственной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
ПП. 04.01	72 ч	рассредоточено	2/4

2.2. Структура производственной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
	оздание ключевых вербал кламных носителях»	ьных	и визуальных сообщений, основных кр	реативных решений и творческих материалов на	72ч
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 1. Разработка творческих рекламных решений	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике, - Знакомство со структурной	Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	18
		2. 3.	характеристикой предприятия, с организацией рекламной деятельности на предприятии, с технологическими процессами рекламного производства. - Знакомство с основными функциями и элементами рекламных средств и требованиями к ним, с различными материалами и оборудованием, используемым для производства рекламных продуктов. - Знакомство с технологической последовательностью производства рекламного продукта - Проектирование, разработка и изготовление рекламного продукта.	Тема 1.2. Творческая концепция в рекламе	18
ПК 4.1.; ПК 4.2.;	Раздел 2. Разработка и размещение рекламного	1.	- Разработка носителей фирменного стиля	Тема 2.1. Технологии производства рекламного продукта	18
ПК 4.3.;	контента для продвижения торговой марки		- Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки Разработка дизайнерского	Тема 2.2. Рекламное портфолио	18

макета, заказа, обсуждение рекламного продукта. Выбор необходимых материалов, оборудования и средств производства рекламных продуктов с учетом специфики предприятия. Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригиналмакетов. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов. Создание пакета рекламной продукции для заказчика; Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика; Выполнение работ по заказу руководителя практики.

2.3. Содержание производственной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
	вербальных и визуальных сообщений, и творческих материалов на основных	72 ч
Раздел 1. Разработка творческих ре	кламных решений	
Раздел 1. Разраоотка творческих ре Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренда изобразительных средств и изобразительных процеска разработки технологические виды рекламного продукта. 2. Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Обзор понятий: типографика, инфографика, фотографика. 3. Характеристики процесса разработки рекламного обращения. Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения. 4. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. Понятие «фирменный стиль». Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и широком смысле. Принципы создания фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки. Общая теория бренда. Законы создания	18

	5.Способы кодирования информации.	
	Товарный знак в системе фирменного	
	стиля. Виды товарных знаков.	
	Правовые нормы регистрации товарного знака. Торговая марка и	
	бренд.	
	Товарный знак может быть решен как	
	знак – индекс (если товар уже хорошо	
	знаком потребителю), знак – символ	
	(абстрактные свойства товаров), товарная марка (обозначение	
	однотипных изделий, но разных по	
	форме, сорту), как фирменный знак.	
	6.Логотип как элемент фирменного	
	стиля. Критерий при разработке	
	логотипа. Анализ хороших и неудачных логотипов. Варианты	
	создания логотипа. Шрифт в логотипе	
	7. Фирменный персонаж как элемент	
	фирменного стиля. Анализ фирменных	
	персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты.	
	8. Фирменный паттерн.	
	Работа по созданию авторских кистей.	
	Создание авторского фона	
	Создание шрифтов для разработки	
	рекламной продукции.	
	9.Муборд. Содержание муборда.	
	10. Брендбук. Ребрендинг элементов фирменного стиля.	
	11.Основные носители элементов	
	фирменного стиля. Фирменный блок.	
	Формы деловой документации и технической докуменциита.	
	технической докуменциита. Корпоративная одежда и транспорт,	
	сувенирная продукция.	
Тема 1.2. Творческая концепция в	Содержание	18
рекламе	1.Историческое формирование	
	рекламных жанров. Жанровое	
	разнообразие рекламного творчества.	
	Рекламное творчество в русской культуре	
	2.Понятие рекламной концепции и	
	рекламной идеи.	
	3.Основные жанры современной	
	печатной рекламы. Публицистические	
	жанры современного рекламного	

пространства	
4. Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р. Ривза.	
5. Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы	
6.Методы поиска творческих идей. Этапы создания рекламного продукта	
7.Основы выработки стратегии разработки фирменного наименования. (Нейминг). Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов)	
8. Креативное обеспечение рекламного процесса. Формы и функции рекламного креатива. Этапы разработки креативной концепции, структурные элементы креативной концепции.	
9. Семиотика рекламы: реклама как как семиотическая система. Семантическая структура рекламного продукта. Типология знака. Виды и классификация рекламных знаков.	
10.Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Мифотехнологии в рекламной коммуникации	
11.Креативный бриф. Структура брифа.Модели креативных рекламных брифов.	
12.Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды ("агрессивный» и «мягкий» подход), Неформальный стиль рекламного обращения; активизация позитивных эмоций у потребителя.	
13. Формирование творческой концепции (поисковое эскизирование). Комплексное решение элементов наружной рекламы.	
14.Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистические	

	приемы рекламного текста. Особенности текстового оформления рекламной продукции.	
Раздел 2. Разработка и размещение торговой марки	е рекламного контента для продвижения	
Тема 2.1. Технологии производства	Содержание	18
рекламного продукта	Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения.	
	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Структура и параметры печатных изданий. Структура полосы издания.	
	Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	Наружная реклама: условия воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложения	
	Основные сервисы интернета. WEB- документы. Технология анонсирования рекламы в Интернете. Виды Интернет- рекламы и способы их классификации, основные достоинства и инедостатки.	
	Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций	

Тема 2.2. Рекламное портфолио	Содержание	18
тема 2.2. г скламное портфолно	Разработка брендбука, согласно техническому описанию. Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования. Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Носители	
	фирменного стиля. Система идентификации. Разработка рекламной продукции с фирменным стилем.	
Промежуточная аттестация в форме д	цифференцированного зачёта	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся (далее — Профильные организации).

База прохождения производственной практики должна быть укомплектована оборудованием, техническими средствами обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся. База практики должна обеспечивать безопасные условия труда для обучающихся.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

- 9. Анашкина, Н.А. Рекламный образ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Н.А. Анашкина; под ред. Л.М. Дмитриевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 175 с. -(Серия «Азбука рекламы»). ISBN 978-5-238-01914-7. Текст : электронный. URL: https://znanium.com/catalog/product/1028574 (дата обращения: 14.09.2023). Режим доступа: по полписке.
- 10. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. 3-е изд., стер. Санкт-Петербург : Лань, 2022. 88 с. ISBN 978-5-507-44709-1. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. URL: https://e.lanbook.com/book/238658 (дата обращения: 03.08.2023). Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 11. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 425 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-16874-7. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/531940 (дата обращения: 14.09.2023).
- 12. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 262 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-10041-9. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/517025 (дата обращения: 14.09.2023).
- 13. Крайнов, Γ . Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Γ . Н. Крайнов. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург : Лань, 2023. 372 с. ISBN 978-5-507-45867-7. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная

- система. URL: https://e.lanbook.com/book/288947 (дата обращения: 03.08.2023). Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 14. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 502 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-05261-9. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/510974 (дата обращения: 14.09.2023).
- 15. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 159 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-13318-9. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/519472 (дата обращения: 14.09.2023).
- 16. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 177 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-12575-7. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 14.09.2023).

3.2.2. Дополнительные источники

- 10. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.
- 11. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. 2-1.
 - 12. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта :
- 13. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. С. 43-49.
- 14. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика. -2019. -№ 2(15). -С. 188-194.
- 15. Гуриева, Л. К. Возможности интернет-маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Г. Э. Батагов // Управление экономическими и социальными системами региона : Сборник научных трудов / Под редакцией С.Ф. Дзагоева. Владикавказ : Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2019. С. 120-126.
- 16. Гюмюшлю, А. И. Методы продвижения с использованием Интернет-маркетинга / А. И. Гюмюшлю, Ж. Санду // Практический маркетинг : Материалы IV международной студенческой научно-практической конференции, Москва, 24 апреля 2019 года / Ответственный редактор И.Л. Сурат. Москва: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский экономический институт», 2019. С. 356-363.
- 17. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. 2019. № 42. С. 67-72.
- 18. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. -2020. -№ 3(93). С. 181-187.

3.3. Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в профильных организациях на основе договоров, заключаемых между образовательным организацией СПО и профильными организациями.

В период прохождения производственной практики обучающиеся могут зачисляться на

вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики.

Сроки проведения производственной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

Производственная практика реализуются в форме практической подготовки и проводится как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса производственной практики

Организацию и руководство производственной практикой осуществляют руководители практики от образовательной организации и от профильной организации.

№	ФИО	Наименование организации,	Занимаемая	Общий трудовой стаж
Π/Π	(при	осуществляющей	специалистом-	работы специалиста-
	наличии)	деятельность в	практиком	практика в организациях,
	специалиста-	профессиональной сфере, в	должность	осуществляющих
	практика	которой работает		деятельность в
	_	специалист-практик по		профессиональной сфере,
		основному месту работы		соответствующей
		или на условиях внешнего		профессиональной
		совместительства		деятельности, к которой
				готовятся обучающиеся
1	Ивзанс	ООО Рекламно-	Директор	26 лет
	Виктория	производственная компания		
	Викторовна	«Новая Планета»		
2	Бывальцева	ООО «Мэри Поппинс»	Директор	24 лет
	Елена			
	Игоревна			
3	Кузнецова	ООО «Премиум»	Директор	32 лет
	Татьяна			
	Германовна			
4	Токарева	ООО «Арт-презент»	Директор	22 лет
	Галина			
	Анатольевна			
5	Черков	ООО «Мир наград»	Директор	17 лет
	Дмитрий			
	Викторович			
6	Бакаев	ООО АМК «Кликау»	Директор	7 лет
	Дмитрий			
	Андреевич			

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код ПК,	Критерии оценки результата (показатели освоенности	Формы контроля и методы оценки ⁸
------------	---	---

ОК	компетенций)	
ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.2	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
11K 4.3	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения - поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК	- выбор и применение	Экспертное наблюдение выполнения

01 способов решения практических работ Кейс-задачи профессиональных задач; оценка эффективности и Защита проекта качества выполнения залач: Зачет Результатов - знание более одного способа выполнения индивидуальных решения профессиональной домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: задачи; - аргументация выбора - экзамена, квалификационного; конкретного способа. - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля В ходе проведения производственной практики. ОК найденной Устные выступления с соответствие 02 информации заданной теме Презентацией Защита проектов (задаче); - владение разными способами Зачет представления информации; Экспертное наблюдение выполнения результативность практических работ. оперативность Результатов индивидуальных поиска выполнения информации, необходимой для домашних заданий, при выполнении и защите постановки И решения курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного: профессиональных задач, профессионального - экзамена по модулю. И личностного развития; Экспертная оценка освоения объективный профессиональных компетенций анализ в рамках найденной информации; текущего контроля В ходе проведения использование широкого производственной практики. спектра современных информации, источников том числе Интернета профессиональных решении задач, профессионального и личностного развития. ОК - демонстрация интереса к Осуществление самообразования, 03 инновациям области использование современной научной профессиональной терминологии, участие в профессиональной деятельности; выстраивание профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических траектории профессионального развития и конференциях, оценка способности находить самообразования; решения осознанное альтернативные варианты планирование повышения стандартных нестандартных ситуаций, квалификации принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках

		текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 05	саморегуляции в коллективе. - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	производственнои практики. Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 06	 грамотно излагать свои мысли; оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; проявлять толерантность в рабочем коллективе. 	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках

		текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативноправовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

³ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.05.01 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ 11.010 ФОТОГРАФ»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩА	R	XAPAK	ТЕРИСТИКА	A	РАБОЧЕЙ	ПРОГРАММЫ
ПРА	КТКИ						3
1.1.	Цель	И	место	практики	В	структуре	образовательной
проі	граммы:						
3							
1.2.	Планируем	иые ре	зультаты (освоения уче	бной і	трактики	4
1.3.	Обоснова	ание	часов пр	актики в	рамка	х вариативн	ой части ОПОП-
П							6
2.		\mathbf{C}	ГРУКТУРА	4	V	I	СОДЕРЖАНИЕ
ПРА	КТИКИ				6		
2.1.	Трудоемко	сть ос	воения пр	актики			6
2.2.	Структура	практ	ΉΚИ				7
2.3.							Содержание
пран	стики						10
3.		УСЛО	ВИЯ	PEA.	лиза	ЦИИ	ПРОГРАММЫ
ПРА	КТИКИ			• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •			
	12						
3.1.	Материаль	но-те	хническое	обеспечение	практ	тики	12
	_				_		12
3.3.	Общие тре	бован	ия к орган	изации практ	гики		15
							15
4.	-		-	-			В ОСВОЕНИЯ
	_			•			
1							

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКАРАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика направлена на развитие общих (OK) и профессиональных компетенций (ΠK) :

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки ПМ 05. «Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф»» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

<u> </u>	·	
УП 05.01	ПМ 05 «Выполнение работ	МДК.05.01 Создание фотоизображений/
	по профессии 11.010	видеопродукции с использованием
	«Фотограф»»	профессиональных технологий
		МДК.05.02 Цифровые технологии на
		предприятиях отрасли средств массовой
		информации

Учебная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК	Выбирать	Умения:
01	способы решения задач	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
	профессионально й деятельности	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
	применительно	определять этапы решения задачи
	к различным контекстам	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном
		контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях

		методы работы в профессиональной и смежных сферах
	_	структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК	Использовать	Умения:
02	современные	определять задачи для поиска информации
	средства поиска,	определять необходимые источники информации
	анализа	планировать процесс поиска
	и интерпретации	структурировать получаемую информацию
	информации	выделять наиболее значимое в перечне информации
	И	оценивать практическую значимость результатов поиска
	информационные	оформлять результаты поиска, применять средства
	технологии для	информационных технологий для решения
	выполнения	профессиональных задач
	задач	использовать современное программное обеспечение
	профессионально й деятельности	использовать различные цифровые средства для решения
	и деятельности	профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых
		в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации,
		современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в
		профессиональной деятельности в том числе с
ОК	Планировать	использованием цифровых средств Умения:
03	и реализовывать	определять актуальность нормативно-правовой
	собственное	документации в профессиональной деятельности
	профессионально	применять современную научную профессиональную
	e	терминологию
	и личностное	определять и выстраивать траектории профессионального
	развитие,	развития и самообразования
	предприниматель	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	скую	презентовать идеи открытия собственного дела в
	деятельность	профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	В	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
	профессионально	кредитования
	й сфере,	определять инвестиционную привлекательность
	использовать	коммерческих идей в рамках профессиональной
	знания по	деятельности
	правовой и	презентовать бизнес-идею
	финансовой	определять источники финансирования
	грамотности	Знания:
	в различных	содержание актуальной нормативно-правовой
	жизненных	документации
	ситуациях	современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и
1		самообразования

		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов
	<u> </u>	порядок выстраивания презентации
0.74	211	кредитные банковские продукты
ОК	Эффективно	Умения:
04	взаимодействова	организовывать работу коллектива
	ТЬ	и команды
	и работать	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в
	в коллективе и	ходе профессиональной деятельности
	команде	Знания:
		психологические основы деятельности коллектива,
		психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК	Осуществлять	Умения:
05	устную	грамотно излагать свои мысли
	и письменную	и оформлять документы по профессиональной тематике на
	коммуникацию	государственном языке, проявлять толерантность в рабочем
	на	коллективе
	государственном	Знания:
	языке	особенности социального и культурного контекста;
	Российской	правила оформления документов
	Федерации с	и построения устных сообщений
	учетом	
	особенностей	
	социального	
	и культурного	
	контекста	
ОК	Использовать	Умения:
08	средства	использовать физкультурно-оздоровительную деятельность
	физической	для укрепления здоровья, достижения жизненных и
	культуры для	профессиональных целей
	сохранения и	применять рациональные приемы двигательных функций в
	укрепления	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
	здоровья в	профессиональной деятельности
	процессе	пользоваться средствами профилактики перенапряжения,
	профессионально	характерными для данной специальности
	й деятельности и	
	поддержания	Знания:
	необходимого	роль физической культуры в общекультурном,
	уровня	профессиональном и социальном развитии человека
	физической	основы здорового образа жизни
	подготовленност	,, I
	И	условия профессиональной деятельности и зоны риска
		физического здоровья для специальности
	-	средства профилактики перенапряжения
ОК	Пользоваться	Умения:
09	профессионально	
09		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний
	й документацией	на известные темы (профессиональные и бытовые),
	на	понимать тексты на базовые профессиональные темы

EQUITION OF DALLION	AND COMPONENT D. THE HONOR OF THE DATE OF THE COMPONENT O
государственном	участвовать в диалогах на знакомые общие
и иностранном	и профессиональные темы
языках	строить простые высказывания о себе и о своей
	профессиональной деятельности
	кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
	писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
	Знания:
	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
	основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
	лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
	особенности произношения
	правила чтения текстов профессиональной направленности
 	

Ко	Уметь	Знать	Владеть
д ПК			навыками
ПК 1.1	подбирать фотоаппаратуру и фотооборудование в зависимости от вида съемки;	виды и устройство различных видов фотографической аппаратуры (аналоговой и цифровой);	осуществления выбора оборудования для создания фотоизображения
ПК. 1.3	работать с рисующим, моделирующим фоновым и заполняющим светом;	разнообразные методы и приемы освещения для различных видов фотографии;	работы с различными схемами освещения.
ПК 2.1.	выполнять обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений в формате RAW;	состав компьютерного оборудования для профессиональной обработки цифровых изображений; форматы графических файлов, технологии организации графической информации, применяемые в фотографии; программные средства обработки цифровых изображений основы цветоведения и информационные	выполнения цифровой обработки фотоизображений

-			
		основы управления цветом технологии работы в программе растровой графики технологии коррекции визуального качества цифровых фотоизображений технологии вывода цифровых изображений на печать общие требования для печати и технические стандарты для изготовления продукции	
ПК 4.3	выполнять видеомонтаж и цветокоррекцию методами компьютерных технологий; выполнять работу с видеоматериалами различных форматов и стандартов; выбирать оборудование, программное обеспечение и иные средства для создания продукта.	технология видеомонтажа, системы нелинейного монтажа; программное обеспечение для создания и работы с продуктами видеографии; стандарты и форматы видеоматериалов	осуществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии

Цель учебной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 4 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики

В результате прохождения учебной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида	Практический опыт / умения
деятельности	
ВД 4 Создание	Практический опыт
ключевых	осуществления выбора оборудования для создания фотоизображения
вербальных и	

визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

выполнения цифровой обработки фотоизображений осуществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийно видеографии умения распознавать задачу и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте
видеографии умения распознавать задачу и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте
распознавать задачу и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте
в профессиональном и/или социальном контексте
,
анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
определять этапы решения задачи
выявлять и эффективно искать информацию, необходимую дл решения задачи и/или проблемы
составлять план действия
определять необходимые ресурсы
владеть актуальными методами работ
в профессиональной и смежных сферах
реализовывать составленный план
оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельн
или с помощью наставника)
определять задачи для поиска информации
определять необходимые источники информации
планировать процесс поиска
структурировать получаемую информацию
выделять наиболее значимое в перечне информации
оценивать практическую значимость результатов поиска
оформлять результаты поиска, применять средства информационны технологий для решения профессиональных задач
использовать современное программное обеспечение
использовать различные цифровые средства для решени профессиональных задач
определять актуальность нормативно-правовой документации профессиональной деятельности
применять современную научную профессиональную терминологию
определять и выстраивать траектории профессионального развития самообразования
выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
презентовать идеи открытия собственного дела в профессионально деятельности; оформлять бизнес-план
рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей рамках профессиональной деятельности
презентовать бизнес-идею
определять источники финансирования

организовывать работу коллектива и команды
взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей
применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности
пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности
понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем,	Форма проведения учебной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
УП. 05.01	36 ч	рассредоточено	3/6

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
УП 05.01 Вы	полнение работ по профес	сии 1	1.010 «Фотограф»		36ч
ПК 4.1.; Раздел 1. Создание ПК 4.2.; фотоизображений/			Тема 1.1. Творческие и технические приемы фотосъемки	6	
ПК 4.3.;	видеопродукции с		1. Организационные работы и	Тема 1.2. Цифровая обработка фотографии	6
	использованием профессиональных	2.	съёмка фоторекламы 2. Создание рекламного образа.	Тема 1.3. Основы режиссуры	6
	технологий	3.	2. Создание рекламного образа.	Тема 1.4. Основы видеосъёмки	6
ПК 4.1.; ПК 4.2.;	Раздел 2. Цифровые технологии на	1.	1. Поиск идеи и реализация создания серии фотографий,	Тема 2.1. Информационные технологии в рекламной деятельности	6
ПК 4.3.;	предприятиях отрасли средств массовой информации		выполненной в одном из редакторов 2. Съемочный процесс	Тема 2.2. Современная оргтехника	6

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
УП 05.01 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ	ПО ПРОФЕССИИ 11.010 «ФОТОГРАФ»	36 ч
Раздел 1. Создание фотоизображе профессиональных технологий	ений/ видеопродукции с использованием	
Тема 1.1. Творческие и	Содержание	6
технические приемы фотосъемки	История фотографии. Рождение	
	Виды фотосъемки. Портретная фотосъемка. Натюрморт. Фотопейзаж. Съемка строительства и архитектуры. Фотографирование интерьеров и отдельных предметов. Скульптура. Подвижные объекты. Жанровая фотография. Фоторепортаж. Репродуцирование.	
	Основные требования к фотосъемки.	
	Знакомство с фотографией. Фотография — особая область образного творчества. Элементы фотографического процесса. Устройство фотоаппарата. Материалы для фотографии. Светочувствительные материалы. Химические вещества. Негативные и позитивные фотоматериалы и техника фотографии.	
	Фотокомпозиция. Композиция кадра, как одно из изобразительных средств фотографии. Определение границы кадра. Стоповой и изобразительный центр кадра. Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости. Ритмический рисунок кадра, объект и фон в кадре. Физиология восприятия изображения. Законы композиции в фотографии. Теплые и холодные цвета.	
	Свет, как объект съемки. Световые решения снимка. Жесткий и мягкий свет. Влияние натуры на процесс фотосъемки. Виды освещения в фотографии. Изобразительная задача фотоосвещения. Светотеневой рисунок изображения. Светотональный рисунок изображения. Контровой свет.	

	Эффект освещения. Свет и композиция	
	кадра.	
Тема 1.2. Цифровая обработка фотографии	Методика подготовки и проведения фотосъемки. Съемочный процесс. Выбор кадра. Объект. Точка съемки. Освещение. Получение резкого изображения. Наводка на резкость. Глубина резкоизображаемого пространства. Дифрагмирование. Экспонирование. Экспозиция. Величина выдержки. Содержание Быстрая коррекция	6
	фотоизображения. Кадрирование. Маштабирование и изменение параметров фотографии.	
	Цветовая коррекция фотоснимков. Черно-белое преобразование. Алгоритм действий при работе с корректирующими слоем. Тусклые цвета и понижение контрастов. Коррекция цветов в фотошопе. Выборочная коррекция цвета.	
	Ретуширование. Ретушь лица. Корректировка фигуры фотошопе.	
	Стилизация. Фотография в силе попарт, ретроРабота с текстурами.	
	Коллаж. Фотографика.	
Тема 1.3. Основы режиссуры	Содержание	6
	Понятие о режиссуре. Этапы работы режиссёра. Базовые понятия режиссуры: идея, тема, сюжетная линия.	
	Этапы работы режиссёра над постановочным проектом. Съёмочный период.	
	Рабочие задачи режиссёра в игровом и неигровом кино	
	Понятие о мизансцене. Виды мизансцен. Мизанкадр.	
	Этапы работы режиссёра над постановочным проектом. Монтажнотонировочный период.	
	Понятие о монтаже как о средстве выражения мыслей режиссёра.	
Тема 1.4. Основы видеосъёмки	Содержание	6

	T	
	Виды съёмочной аппаратуры. Настройки ручных параметров экспозиции при разных условиях видеосъёмки. Передача цвета и смешение цветов. Светофильтры. Осветительное оборудование для видеосъёмки.	
	Особенности настройки ручных параметров экспозиции при видеосъёмке. Алгоритм определения экспозиции при разных условиях видеосъёмки.	
	Осветительное оборудование для видеосъёмки, его устройство. Светофильтры и их свойства. Параметры работы с видеоизображением: передача цвета и смешение цветов.	
	Многокамерная съёмка интервью. Настройка экспозиции при многокамерной съёмке.	
Раздел 2. Цифровые технологии на информации	предприятиях отрасли средств массовой	
Тема 2.1. Информационные	Содержание	6
технологии в рекламной деятельности	Информационные системы в рекламной практике. Понятие информационной системы. Процессы и свойства информационных систем. Внедрение информационных систем. Структура информационной системы. Функции информационных систем. Классификация информационных систем.	
	Использование информационных технологий в рекламной деятельности. Понятие информационных технологий. Свойства информационных технологий. Классификация информационных технологий:информационные технологии обработки данных, информационные технологии управления, информационные технологии автоматизации офиса, информационная технология поддержки принятия решений.	
	Определение и основные характеристики информационного общества. Информация и	
	цифровизация. Рекламная информация и ее виды. Информационное общество. Основные характеристики	
	информационного общества. Понятие	

	•
информации. Информационные процессы. Виды информации. Рекламная информация, виды и функции рекламной информации.	
Базы данных, их использование в рекламе. Подготовка к рекламной кампании с использованием запросов	
из баз данных. Базы данных, основные категории данных. Основные архитектуры баз данных. Методы анализа информации. Современные программы статистической обработки данных.	
Способы наглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации.	
Мультимедийные презентации, мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания.	
Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы,	
информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании.	
Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, мини-	
сайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта.	
Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет.	
Технические требования к рекламной	
продукции.	<u> </u>

	1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники.
	2. Печатное оборудование Классификация печатного оборудования. Принципы работы матричного, струйного, лазерного принтеров. Плоттеры.
	3. Копировальная техника. Средства копирования документов. Принципы работы. Сканер, его основные характеристики, принцип действия. Программы
	4. Цифровые технологии. Системы обработки и воспроизведения аудиоинформации. Цифровая фото- и видеоаппаратура. Диктофонная техника.
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинеты « Профессиональных модулей» и «Композиции, рисунка и живописи», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Лаборатории: «Компьютерного дизайна»; «Информационных и коммуникационных технологий»; «Компьютерной графики и видеомонтажа», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.3 образовательной программы по специальности.

Мастерские: «Веб- дизайн и разработка» и «Программные решения для бизнеса», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 образовательной программы по специальности.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

- 1. Журов, Г. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие для СПО / Г. И. Журов, В. И. Сединин, Е. М. Погребняк. Саратов : Профобразование, 2021. 219 с. ISBN 978-5-4488-1190-6. Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. URL: https://profspo.ru/books/106630
- 2. Левкина, А. В. Техника и искусство фотографии : учебное пособие / А.В. Левкина. Москва : ИНФРА-М, 2022. 295 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-16-013790-2. Текст : электронный. URL: https://znanium.com/catalog/product/1864069.
- 3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 552 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-15083-4. —

Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Келби, Скотт Фотография шаг за шагом. Просто и понятно / Скотт Келби; пер с англ. О. Дурлевич; М.: АСТ, 2022 256 с. ISBN 978-5-17-145025-0
- 2. Келби, Скотт Фотография. Просто и практично / Скотт Келби; пер с англ. О. Дурлевич; М.: ACT, 2022 256 с. ISBN 978-5-17-148812-3
- 3. Лапин, А.И. Фотография как... / А. И. Лапин. 6 изд., испр. Москва : Treemedia, 2021. 305 с. : ISBN 978-952-68506-9-6
- 4. Найт, Крис Драматический портрет. Искусство света и тени / Крис Найт ; пер. с англ: Ю. Змеевой, Редактор: А. Исаенков, Л. Туманова ; М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019 г. 240 с ISBN 978-5-00146-319-1
- 5. Плотников, И. Предметная фотография в рекламе. Схемы света / И. Плотников ; ред. К. Андреева; М.: Студия Артемия Лебедева, 2017 г. 286 с. . ISBN 978-5-98062-087-5
- 6. Транквиллицкий, Ю. Н. Симфония светотени, формы и колорита. Композиционные основы творчества: Монография / Транквиллицкий Ю.Н. Москва :ВГИК, 2014. 212 с.: ISBN. Текст : электронный. URL: https://znanium.com/catalog/product/962059
- 7. Уильямс, Вэл Фотография. Почему это шедевр. 80 историй великих произведений / Вэл Уильямс; пер. с англ О. И. Перфильева; М.: Синдбад, 2019 г. 224 с. ISBN 978-5-905891-01-4
- 8. Журнал о мировой фотографии и профессиональное фотографическое сообщество. Текст: электронный // Photographer.Ru: [сайт]. URL: https://www.photographer.ru/
- 9. Новостной портал в области цифровой фототехники и фотографии. Текст : электронный // Takefoto.ru : [сайт]. URL: https://www.takefoto.ru/
- 10. Онлайн-ресурс о фотографии , фото- и видео- технике. Текст : электронный // Prophotos.ru : [сайт]. URL: https://prophotos.ru/
- 11. Беленький, А. Й. Цифровая фотография. Школа мастерства : практическое руководство /
- А. И. Беленький. 2-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 136 с. ISBN 978-5-4237-0026-3. Текст: электронный. URL: https://znanium.com/catalog/product/1815883
- 12. Березин, В. М. Фотожурналистика: учебник для вузов / В. М. Березин. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 226 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-00353-6. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт] URL:
- Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/511169.
- 13. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2021 ; Кемерово : Кемер. гос. ин-т культуры.. 127 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-14857-2 (Издательство Юрайт). ISBN 978-5-8154-0571-4 (Кемер. гос. ин-т культуры.). Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/483133

3.3. Общие требования к организации учебной практики

Учебная практика проводится в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее — Профильная организация), и образовательным учреждением.

Сроки проведения учебной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика реализуются в форме практической подготовки и проводятся как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса учебной практики

Учебная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

Общий трудовой стаж работы специалиста-практика в организациях, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся обучающиеся
аватель 20 лет
аватель 40 лет
аватель 40 лет
аватель 4 года
аватель 10 лет
abaresib 10 ner
I

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

	Критерии оценки	
Код ПК, ОК	результата	Формы контроля и методы оценки ⁹
Rog III, OK	(показатели освоенности	Формы контроля и методы оценки
	компетенций)	

ПК 1.1 Осуществлять выбор оборудования для создания фотоизображения.	Обучающийся: - свободно ориентируется в выборе оборудования для реализации поставленных задач; - владеет осветительным оборудованием и выполняет работы в соответствии с регламентом и соблюдением правил безопасности труда.	 оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; оценка результатов выполнения лабораторных работ; оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ПК 1.3 Осуществлять рекламную фотосъемку в соответствии с техническим и творческим заданием.	Обучающийся применяет разнообразные методы и приемы освещения для различных видов художественной фотографии;	 – оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ПК 2.1 Выполнять цифровую обработку фотоизображений	Обучающийся: - выполняет обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений; - владеет навыками коррекции и цветокоррекции фотоизображений.	 производетвенной практике. оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; оценка результатов выполнения лабораторных работ; оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; экспертное наблюдение выполнения лабораторных занятий
ПК 3.3 Осуществлять процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии	Обучающийся: - осуществляет процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии; - демонстрирует обоснованность выбора инструмента, оборудования, технологий в зависимости от учебных и профессиональных задач; - выполняет требования технического задания.	 оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; оценка результатов выполнения лабораторных работ; оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности	Обучающийся: - распознает задачу; - самостоятельно выбирает способ ее решения; - определяет	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и

T		
применительно к различным контекстам	обоснованность постановки цели; - выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; - адекватно оценивает эффективность и качество выполнения профессиональных задач.	теоретических занятиях
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Обучающийся: - использует различные источники, в том числе электронные ресурсы, медиаресурсы, Интернетресурсы, периодические издания.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательску ю деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Обучающийся: - демонстрирует ответственность за принятые решения - самоанализирует и корректирует результаты собственной работы; - использует знания по финансовой грамотности в профессиональной деятельности.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Обучающийся: - осуществляет конструктивное и эффективное взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик; - показывает обоснованность анализа работы членов команды (подчиненных).	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на	Обучающийся: - демонстрирует грамотную устную и	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной

	T	
государственном	письменную речь;	программы, на практических и
языке Российской	- ясность формулирования	теоретических занятиях
Федерации с учетом	и изложения мыслей.	
особенностей		
социального и		
культурного		
контекста		
ОК 08 Использовать	Обучающийся:	Экспертное наблюдение за
средства физической	- эффективно использует	деятельностью обучающегося в
культуры для	средства физической	процессе освоения образовательной
сохранения и	культуры для сохранения и	программы, на практических и
укрепления здоровья	укрепления здоровья в	теоретических занятиях
в процессе	процессе	•
профессиональной	профессиональной	
деятельности и	деятельности и	
поддержания	поддерживает	
необходимого уровня	необходимый уровень	
физической	физической	
подготовленности;	подготовленности.	
ОК 09 Пользоваться	Обучающийся:	Экспертное наблюдение за
профессиональной	- эффективно использует в	деятельностью обучающегося в
документацией на	профессиональной	процессе освоения образовательной
государственном и	деятельности	программы, на практических и
иностранном языках.	необходимую техническую	теоретических занятиях
1	документацию, в том числе	
	на английском языке.	

³ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.2 к ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПП.05 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ 11.010 ФОТОГРАФ»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ	XAPAK	ТЕРИСТИКА	РАБОЧЕЙ	ПРОГРАММЫ
ПР	ОИЗВОДСТВЕ	ННОЙ			
ПΡ	АКТКИ				3
1.1.	Цель и мест	о производ	ственной практ	ики в структу	уре образовательной
3					
1.2	Планируемые	результаты	освоения учебно	ой практики	4
1.3	Обоснование	часов произ	водственной пр	актики в рамка	ах вариативной части
					6
2.	СТРУКТУ	РА И	СОДЕРЖА	НИЕ ПРО	ОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПΡ	АКТИКИ	6			
2.1.	Трудоемкость	освоения пр	оизводственной	практики	6
2.2	Структура про	изводственн	юй практики		7
2.3	Содержание пр	роизводстве	нной практики		10
3.	УСЛОВИЯ	РЕАЛИЗА	ЦИИ ПРОГРА	АММЫ ПРО	ОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПΡ	АКТИКИ				
	12				
	•		-		й практики12
3.2.	Учебно-методі	ическое обес	спечение		12
3.3	. Общие требова	ания к орган	изации произво	дственной прав	стики15
3.4	Кадровое обес	печение про	цесса производо	твенной практ	ики15
4.	КОНТРОЛІ	Ь И	ОЦЕНКА	РЕЗУЛЬТАТ	ОВ ОСВОЕНИЯ
	ОИЗВОДСТВЕ				
ПΡ	АКТИКИ				17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКАРАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы

Производственная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки ПМ 05. «Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф»» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом:

ПП 05.01	ПМ 05 «Выполнение работ	МДК.05.01 Создание фотоизображений/
	по профессии 11.010	видеопродукции с использованием
	«Фотограф»»	профессиональных технологий
		МДК.05.02 Цифровые технологии на
		предприятиях отрасли средств массовой
		информации

Производственная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
OK 01	Выбирать способы решения задач профессионально й деятельности применительно к различным контекстам	умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах

		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач
		профессиональной деятельности
ОК	Использовать	Умения:
02	современные	определять задачи для поиска информации
02	средства поиска,	определять необходимые источники информации
	анализа	
	и интерпретации	планировать процесс поиска
	информации	структурировать получаемую информацию
	И	выделять наиболее значимое в перечне информации
	информационные	оценивать практическую значимость результатов поиска
	= =	оформлять результаты поиска, применять средств
		информационных технологий для решени
	выполнения	профессиональных задач
	задач	использовать современное программное обеспечение
	профессионально	использовать различные цифровые средства для решени
	й деятельности	профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемы
		в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации
		современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение
		профессиональной деятельности в том числе использованием цифровых средств
ОК	Планировать	Умения:
03	и реализовывать	
03	собственное	определять актуальность нормативно-правово документации в профессиональной деятельности
	профессионально	· · ·
		применять современную научную профессиональную
	e	терминологию
	и личностное	определять и выстраивать траектории профессиональног
	развитие,	развития и самообразования
	предприниматель	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	скую	презентовать идеи открытия собственного дела
	деятельность	профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
	В	рассчитывать размеры выплат по процентным ставка
	профессионально	кредитования
	й сфере,	определять инвестиционную привлекательност
	использовать	коммерческих идей в рамках профессионально
	знания по	деятельности
	правовой и	презентовать бизнес-идею
	финансовой	определять источники финансирования
	грамотности	Знания:
	в различных	содержание актуальной нормативно-правово
	жизненных	
	ситуациях	документации
	, ,	современная научная и профессиональная терминология
I		DODLOWILLO TROOTTONILL TROPOSOLIOUS HODO TODDUTLA
		возможные траектории профессионального развития
		самообразования основы предпринимательской деятельности; основ

		финансовой грамотности		
		правила разработки бизнес-планов		
	<u> </u>	порядок выстраивания презентации		
		кредитные банковские продукты		
ОК	Эффективно	Умения:		
04	взаимодействова	организовывать работу коллектива		
	ТЬ	и команды		
	и работать	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в		
	в коллективе и	ходе профессиональной деятельности		
	команде	Знания:		
	Romange			
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности		
	-			
OI	0	основы проектной деятельности		
OK O5	Осуществлять	Умения:		
05	устную	грамотно излагать свои мысли		
	и письменную	и оформлять документы по профессиональной тематике на		
	коммуникацию	государственном языке, проявлять толерантность в рабочем		
	на	коллективе		
	государственном	Знания:		
	языке	особенности социального и культурного контекста;		
	Российской	правила оформления документов		
	Федерации с	и построения устных сообщений		
	учетом			
	особенностей			
	социального			
	и культурного			
OTC	контекста	***		
ОК	Использовать	Умения:		
08	средства	использовать физкультурно-оздоровительную деятельность		
	физической	для укрепления здоровья, достижения жизненных и		
	культуры для	профессиональных целей		
	сохранения и	применять рациональные приемы двигательных функций в		
	укрепления	профессиональной деятельности		
	здоровья в -	пользоваться средствами профилактики перенапряжения,		
	процессе	характерными для данной специальности		
	профессионально	ларактерными для данной специальности		
	й деятельности и	Duomas		
	поддержания	Знания:		
	необходимого	роль физической культуры в общекультурном,		
	уровня	профессиональном и социальном развитии человека		
	физической	основы здорового образа жизни		
	подготовленност	voronya unohogovovov vož vogravi vograv v govi nyovo		
	И	условия профессиональной деятельности и зоны риска		
		физического здоровья для специальности		
		средства профилактики перенапряжения		
ОК	Пользоваться	Умения:		
09	профессионально	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний		
	й документацией	на известные темы (профессиональные и бытовые),		
	на	понимать тексты на базовые профессиональные темы		
	государственном	участвовать в диалогах на знакомые общие		
	l.			

и иностранном	и профессиональные темы
языках	строить простые высказывания о себе и о своей
	профессиональной деятельности
	кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и
	планируемые)
	писать простые связные сообщения на знакомые или
	интересующие профессиональные темы
	Знания:
	правила построения простых и сложных предложений на
	профессиональные темы
	основные общеупотребительные глаголы (бытовая и
	профессиональная лексика)
	лексический минимум, относящийся к описанию предметов,
	средств и процессов профессиональной деятельности
	особенности произношения
	правила чтения текстов профессиональной направленности
1	

Ко	Уметь	Знать	Владеть
д ПК			навыками
ПК 1.1	подбирать фотоаппаратуру и фотооборудование в	виды и устройство различных видов	осуществления выбора
	зависимости от вида съемки;	фотографической аппаратуры (аналоговой и цифровой);	оборудования для создания фотоизображения
ПК. 1.3	работать с рисующим, моделирующим фоновым и заполняющим светом;	разнообразные методы и приемы освещения для различных видов фотографии;	работы с различными схемами освещения.
ПК 2.1.	выполнять обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений в формате RAW;	состав компьютерного оборудования для профессиональной обработки цифровых изображений; форматы графических файлов, технологии организации графической информации, применяемые в фотографии; программные средства обработки цифровых изображений основы цветоведения и информационные основы управления	выполнения цифровой обработки фотоизображений

		·	
		цветом	
		технологии работы в	
		программе растровой	
		графики	
		технологии коррекции	
		визуального качества	
		цифровых	
		фотоизображений	
		технологии вывода	
		цифровых изображений	
		на печать	
		общие требования для	
		печати и технические	
		стандарты для	
		изготовления	
		продукции	
ПК	выполнять видеомонтаж и	технология	осуществления
4.3	цветокоррекцию методами	видеомонтажа, системы	процесса монтажа
	компьютерных технологий;	нелинейного монтажа;	и графики
	выполнять работу с	программное	видеопродукции
	видеоматериалами	обеспечение для	событийной
	различных форматов и	создания и работы с	видеографии
	стандартов;	продуктами	
		видеографии;	
	выбирать оборудование,	стандарты и форматы	
	программное обеспечение и	видеоматериалов	
	иные средства для создания		
	продукта.		

Цель производственной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 4 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

1.2. Планируемые результаты освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование	Практический опыт / умения
вида	
деятельности	
ВД 4 Создание	Практический опыт
ключевых	осуществления выбора оборудования для создания фотоизображения
вербальных и	and the start of t

визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

	олнения цифровой обработки фотоизображений
•	ществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийно еографии
	умения
	распознавать задачу и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте
	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
	определять этапы решения задачи
	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую дл решения задачи и/или проблемы
	составлять план действия
	определять необходимые ресурсы
	владеть актуальными методами работ в профессиональной и смежных сферах
	реализовывать составленный план
	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельнили с помощью наставника)
	определять задачи для поиска информации
	определять необходимые источники информации
	планировать процесс поиска
	структурировать получаемую информацию
	выделять наиболее значимое в перечне информации
	оценивать практическую значимость результатов поиска
	оформлять результаты поиска, применять средства информационнь технологий для решения профессиональных задач
	использовать современное программное обеспечение
	использовать различные цифровые средства для решені профессиональных задач
	определять актуальность нормативно-правовой документации профессиональной деятельности
	применять современную научную профессиональную терминологию
	определять и выстраивать траектории профессионального развития самообразования
	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
	презентовать идеи открытия собственного дела в профессионально деятельности; оформлять бизнес-план
	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
	определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей рамках профессиональной деятельности
-	презентовать бизнес-идею

организовывать работу коллектива и команды
взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей
применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности
пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности
понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ 2.1. Трудоемкость освоения производственной практики

Код ПП	Объем,	Форма проведения производственной	Курс / семестр
	ак.ч.	Практики	
		(концентрированно/рассредоточено)	
ПП. 05.01	36 ч	рассредоточено	3/6

2.2. Структура производственной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
ПП 05.01 Вы	ыполнение работ по профес	сии 1	1.010 «фотограф»		36ч
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 1. Создание фотоизображений/ видеопродукции с использованием профессиональных технологий	 2. 3. 	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике, 2. Организационные работы и съёмка фоторекламы 3. Создание имиджевых и рекламных натюрмортов. 4. Выполнение фотосъемки архитектуры и интерьера для рекламных целей 5. Организация и проведение подготовки фотомоделей к фотосъёмке. 6. Выполнение фотосъёмки фотомодели в рекламируемой одежде	Тема 1.1. Творческие и технические приемы фотосъемки Тема 1.2. Цифровая обработка фотографии Тема 1.3. Основы режиссуры Тема 1.4. Основы видеосъёмки	6 6 6
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 2. Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации	1.	1. Освоение технологии создания рекламного продукта. Выполнение фотографии для рекламы 2. Выполнение рекламной фотосъёмки с использованием выразительных и художественных средств. 3. Разработка идеи и концепции экспозиции. 4. Разработка проектов	 Тема 2.1. Информационные технологии в рекламной деятельности Тема 2.2. Современная оргтехника 	6

	11
различных типологий, в том числе	
фото-, арт-проектов	
5. Анализ проектов с целью	
выявления художественных задач и	
технических методов реализации	

2.3. Содержание производственной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.	
ПП 05.01 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ	ПП 05.01 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ 11.010 «ФОТОГРАФ»		
Раздел 1. Создание фотоизображе профессиональных технологий	ний/ видеопродукции с использованием		
Тема 1.1. Творческие и	Содержание	6	
технические приемы фотосъемки	История фотографии. Рождение		
	Виды фотосъемки. Портретная фотосъемка. Натюрморт. Фотопейзаж. Съемка строительства и архитектуры. Фотографирование интерьеров и отдельных предметов. Скульптура. Подвижные объекты. Жанровая фотография. Фоторепортаж. Репродуцирование.		
	Основные требования к фотосъемки. Знакомство с фотографией. Фотография — особая область образного творчества. Элементы фотографического процесса. Устройство фотоаппарата. Материалы для фотографии. Светочувствительные материалы. Химические вещества. Негативные и позитивные фотоматериалы и техника фотографии.		
	Фотокомпозиция. Композиция кадра, как одно из изобразительных средств фотографии. Определение границы кадра. Стоповой и изобразительный центр кадра. Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости. Ритмический рисунок кадра, объект и фон в кадре. Физиология восприятия изображения. Законы композиции в фотографии. Теплые и холодные цвета.		
	Свет, как объект съемки. Световые решения снимка. Жесткий и мягкий свет. Влияние натуры на процесс фотосъемки. Виды освещения в фотографии. Изобразительная задача фотоосвещения. Светотеневой рисунок изображения. Светотональный рисунок изображения. Контровой свет. Эффект освещения. Свет и композиция кадра.		

	Методика подготовки и проведения фотосъемки. Съемочный процесс. Выбор кадра. Объект. Точка съемки. Освещение. Получение резкого изображения. Наводка на резкость. Глубина резкоизображаемого пространства. Дифрагмирование. Экспозиция. Величина выдержки.	
Тема 1.2. Цифровая обработка фотографии	Содержание Быстрая коррекция Колический и магения	6
	фотоизображения. Кадрирование. Маштабирование и изменение параметров фотографии.	
	Цветовая коррекция фотоснимков. Черно-белое преобразование. Алгоритм действий при работе с корректирующими слоем. Тусклые цвета и понижение контрастов. Коррекция цветов в фотошопе. Выборочная коррекция цвета.	
	Ретуширование. Ретушь лица. Корректировка фигуры фотошопе.	
	Стилизация. Фотография в силе попарт, ретроРабота с текстурами.	
	Коллаж. Фотографика.	
Тема 1.3. Основы режиссуры	Содержание	6
	Понятие о режиссуре. Этапы работы режиссёра. Базовые понятия режиссуры: идея, тема, сюжетная линия.	
	Этапы работы режиссёра над постановочным проектом. Съёмочный период.	
	Рабочие задачи режиссёра в игровом и неигровом кино	
	Понятие о мизансцене. Виды мизансцен. Мизанкадр.	
	Этапы работы режиссёра над постановочным проектом. Монтажнотонировочный период.	
	Понятие о монтаже как о средстве выражения мыслей режиссёра.	
Тема 1.4. Основы видеосъёмки	Содержание	6
	Виды съёмочной аппаратуры. Настройки ручных параметров экспозиции при разных условиях видеосъёмки. Передача	

	цвета и смешение цветов. Светофильтры. Осветительное оборудование для видеосъёмки.	
	Особенности настройки ручных	
	параметров экспозиции при видеосъёмке.	
	Алгоритм определения экспозиции при	
	разных условиях видеосъёмки.	
	Осветительное оборудование для	
	видеосъёмки, его устройство.	
	Светофильтры и их свойства. Параметры	
	работы с видеоизображением: передача	
	цвета и смешение цветов.	
	Многокамерная съёмка интервью.	
	Настройка экспозиции при многокамерной	
	сьёмке.	
Dearer 2 Hydrony to Toylor Torry to		
Раздел 2. цифровые технологии на информации	предприятиях отрасли средств массовой	
	Солорукацио	6
Тема 2.1. Информационные технологии в рекламной	Содержание	U
деятельности	Информационные системы в	
деятельности	рекламной практике.	
	Понятие информационной системы.	
	Процессы и свойства	
	информационных систем. Внедрение	
	информационных систем. Структура	
	информационной системы.	
	Функции информационных систем.	
	Классификация информационных систем.	
	Использование информационных	
	технологий в рекламной деятельности.	
	Понятие информационных технологий.	
	Свойства информационных технологий.	
	Классификация информационных	
	технологий:информационные технологии	
	обработки данных, информационные	
	технологии управления, информационные технологии автоматизации офиса,	
	информационная технология поддержки	
	принятия решений.	
	Определение и основные	
	характеристики информационного общества. Информация и	
	оощества. Информация и цифровизация. Рекламная информация	
	и ее виды. Информационное общество.	
	Основные характеристики	
	информационного общества. Понятие	
	информации. Информационные процессы.	
	Виды информации. Рекламная	
	информация, виды и функции рекламной	
	информации.	
<u> </u>	<u> </u>	

рекламе. Подготовка к рекламной кампании с использованием запросов из баз данных. Базы данных. Основные ватегории данных. Основные программы статистической обработки данных. Способы паглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные предентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийные презентации. Виды носителей, требования к создания мультимедийные презентации. Виды носителей, требования к создания мультимедийные презентации. Виды носителей, требования к созданию, пропесе создания. Средства рекламной работы в Интернет, Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электропные магазины. Анимация в Интернет- Бапперы. Другие рекламные посители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электрошая почта. Маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и подостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и подостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и подостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника 7 Технические требования к рекламной продукции. Содержание современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация современных средств оргтехники.		Гаруа жаны жаны жаны жаны жаны жаны жаны жан	
кампании с использованием запросов из баз данных. Базы данных, основные категории данных. Основные архитектуры баз дапных. Методы апализа информации. Современные программы статистической обработки данных. Способо наглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды посителей, требования к созданию, пропесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмыь, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электроппые магазины, Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные посители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электроппыя апочта. Маркетинговые исследования в Интернет. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Постоиства и исдоетатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатнос оборудование Классификация современных средств оргтехники.		Базы данных, их использование в	
нз баз данных. Базы дапных, основные категории данных. Основные архитектуры баз дапных. Мстоды апализа информации. Современные программы статистической обработки данных. Способы наглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама виды Ситернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электроппыс магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электроппая почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проволят маркетинговые исследования в интернет. Тосномнетва и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание Содержание Сласонфикация современных средств оргтехники. 2. Псчатное оборудование Класонфикация современных средств оргтехники.		<u> </u>	
Базы данных, основные категории данных. Осповные архитектуры баз данных. Методы анализа информации. Современные программы статистической обработки данных. Способы наглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию пропесс создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию пропесс создания в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернет. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: Постоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной пролукции. Тема 2.2. Современная орттехника Содержание Содержание Содержание Содержание Содержания собрудование Классификация современных средств орттехники. 2. Печатное оборудование Классификация псчатного		=	
данных. Основные архитектуры баз данных. Методы анализа информации. Современные программы статистической обработки даппых. Способы паглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды посителей, требования к созданию, процесе создания к разновидности. Практические презентации. Виды посителей, требования к созданию, процесе создания. Виды интернет- услугу. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайта компании. Типы web-сайта компании. Типы меb-сайта компании (web-страницы или байрики, миписайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной пролукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Содержания к рекламной пролукции. Содержание Содержания к рекламной к рекламной пролукции. Содержание Содержание Содержания современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация псчатного			
данных. Методы анализа информации. Современные программы статистической обработки данных. Способы наглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические соновы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесе создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-услут. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы лил байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: породят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и педостатки. Особепности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной пролукции. Тема 2.2. Современная орттехника Тема 2.2. Современная орттехника Содержание Классификация современных средств ортехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		1	
Современные программы статистической обработки данных. Способы наглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, мультимедийные презентации, мультимедийные презентации, мультимедийные презентации, вы преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации, Виды посителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды интернет-реклама. Виды интернете. Бапперы. Другие рекламные посители (web-сайтов. Электропные магазины. Анимация в Интернете. Бапперы. Другие рекламные посители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: проводят маркетинговые исследования в Интернет. Постоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная орттехника Содержание борудование Классификация современных средств орттехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
статистической обработки дашых. Способы наглядного представления результатов маркетипгового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды посителей, требования к созданию пропесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Башеры. Другие реклампыс посители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет. Постоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Слассификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация современных средств оргтехники.		1 1	
Способы наглядного представления результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет- Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет- Реклама. Виды Интернет Реклама. Виды Интернет Реклама. Виды Интернет Реклама. Виды Интернет Реклама. В Инцы и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств орттехники. 2. Печатное оборудование Классификация современных средств орттехники.		1 1	
результатов маркетингового исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации, Виды носителей, требования к созданию, пропесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опроводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация современных средств оргтехники.		<u>-</u>	
исследования. Методы анализа информации. Мультимедийные презентации. Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет: электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и педостатих. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Постоинства и педостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		-	
информации. Мультимедийные презептации, мультимедийные презептации, их преимущества, вариапты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презептации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электроная почта. Маркстинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркстинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание б 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Мультимедийные презентации. Мультимедийные презентации, их преимущества, вариапты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные посители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы опline. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции.			
Мультимедийные презентации, их преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет: Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация современных средств оргтехники.		информации.	
преимущества, варианты использования, разновидности. Практические основы создании мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет: Электронныя почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет: Постоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание бассификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация освременных средств оргтехники.		Мультимедийные презентации.	
использования, разновидности. Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет- Ноисковые механизмы, интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет: Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опроводят маркетинговые исследования в Интернет: проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		Мультимедийные презентации, их	
Практические основы создания мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Понсковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет: Электрониая почта. Маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание бассификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		преимущества, варианты	
мультимедийных презентации. Виды носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет. Долгониства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание Содержание Содержание Содержание Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		использования, разновидности.	
носителей, требования к созданию, процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркстинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		Практические основы создания	
Процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Классификация современных средств орттехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Процесс создания. Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Классификация современных средств орттехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		носителей, требования к созданию,	
Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы. Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		Средства рекламной работы в	
информационные Интернет-реклама. Виды Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 Тофисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Интернет-реклама. Виды Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Тема 2.2. Современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		_	
Интернет-услуг. Создание и продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
продвижение web-сайта компании. Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		1 1	
Типы web-сайтов. Электронные магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание б 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
магазины. Анимация в Интернете. Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		±	
Баннеры. Другие рекламные носители (web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 1. Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		1	
(web-страницы или байрики, минисайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		-	
сайт, реклама в Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		- · · · · ·	
Текстовых блоках). Информационные ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание б 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		_ · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
ресурсы Интернет. Электронная почта. Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание б 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Маркетинговые исследования в Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание б 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Интернет: опросы online. Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Для чего проводят маркетинговые исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
исследования в Интернет. Достоинства и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание б 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		<u> </u>	
и недостатки. Особенности методов маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		1 ' '	
маркетинговые исследования в Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		_	
Интернет. Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Технические требования к рекламной продукции. Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 6 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		=	
тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного		*	
Тема 2.2. Современная оргтехника Содержание 1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
1.Офисное оборудование Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного	Тема 2.2. Современная оргтехника		6
Классификация современных средств оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного	r · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	•	
оргтехники. 2. Печатное оборудование Классификация печатного			
2. Печатное оборудование Классификация печатного			
Классификация печатного		1	
-6 T			
ооорудования. Принципы раооты		оборудования. Принципы работы	

	матричного, струйного, лазерного принтеров. Плоттеры.
	3. Копировальная техника. Средства копирования документов. Принципы работы. Сканер, его основные характеристики, принцип действия. Программы
	4. Цифровые технологии. Системы обработки и воспроизведения аудиоинформации. Цифровая фото- и видеоаппаратура. Диктофонная техника.
Промежуточная аттестация в форме д	ифференцированного зачёта

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся (далее — Профильные организации).

База прохождения производственной практики должна быть укомплектована оборудованием, техническими средствами обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся. База практики должна обеспечивать безопасные условия труда для обучающихся.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

- 1. Журов, Г. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие для СПО / Г. И. Журов, В. И. Сединин, Е. М. Погребняк. Саратов : Профобразование, 2021. 219 с. ISBN 978-5-4488-1190-6. Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. URL: https://profspo.ru/books/106630
- 2. Левкина, А. В. Техника и искусство фотографии : учебное пособие / А.В. Левкина. Москва : ИНФРА-М, 2022. 295 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-16-013790-2. Текст : электронный. URL: https://znanium.com/catalog/product/1864069.
- 3. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 552 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-15083-4. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/511938

3.2.2. Дополнительные источники

- 1. Келби, Скотт Фотография шаг за шагом. Просто и понятно / Скотт Келби; пер с англ. О. Дурлевич; М.: АСТ, 2022 256 с. ISBN 978-5-17-145025-0
- 2. Келби, Скотт Фотография. Просто и практично / Скотт Келби; пер с англ. О. Дурлевич; М.: АСТ, 2022 256 с. ISBN 978-5-17-148812-3
- 3. Лапин, А.И. Фотография как... / А. И. Лапин. 6 изд., испр. Москва : Treemedia, 2021. 305 с. : ISBN 978-952-68506-9-6
- 4. Найт, Крис Драматический портрет. Искусство света и тени / Крис Найт ; пер. с англ: Ю. Змеевой, Редактор: А. Исаенков, Л. Туманова ; М.: Манн, Иванов и Фербер, $2019 \, \Gamma$. $-240 \, c$ ISBN 978-5-00146-319-1

- 5. Плотников, И. Предметная фотография в рекламе. Схемы света / И. Плотников ; ред. К. Андреева; М.: Студия Артемия Лебедева, 2017 г. 286 с. . ISBN 978-5-98062-087-5
- 6. Транквиллицкий, Ю. Н. Симфония светотени, формы и колорита. Композиционные основы творчества: Монография / Транквиллицкий Ю.Н. Москва :ВГИК, 2014. 212 с.: ISBN. Текст : электронный. URL: https://znanium.com/catalog/product/962059
- 7. Уильямс, Вэл Фотография. Почему это шедевр. 80 историй великих произведений / Вэл Уильямс; пер. с англ О. И. Перфильева; М.: Синдбад, 2019 г. 224 с. ISBN 978-5-905891-01-4
- 8. Журнал о мировой фотографии и профессиональное фотографическое сообщество. Текст : электронный // Photographer.Ru : [сайт]. URL: https://www.photographer.ru/
- 9. Новостной портал в области цифровой фототехники и фотографии. Текст : электронный // Takefoto.ru : [сайт]. URL: https://www.takefoto.ru/
- 10. Онлайн-ресурс о фотографии , фото- и видео- технике. Текст : электронный // Prophotos.ru : [сайт]. URL: https://prophotos.ru/
- 11. Беленький, А. И. Цифровая фотография. Школа мастерства : практическое руководство / А. И. Беленький. 2-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2012. 136 с. ISBN 978-5-4237-0026-3. Текст : электронный. URL: https://znanium.com/catalog/product/1815883
- 12. Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для вузов / В. М. Березин. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 226 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-00353-6. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/511169.
- 13. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2021 ; Кемерово : Кемер. гос. ин-т культуры.. 127 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-14857-2 (Издательство Юрайт). ISBN 978-5-8154-0571-4 (Кемер. гос. ин-т культуры.). Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/483133

3.3. Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в профильных организациях на основе договоров, заключаемых между образовательным организацией СПО и профильными организациями.

В период прохождения производственной практики обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики.

Сроки проведения производственной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама

Производственная практика реализуются в форме практической подготовки и проводится как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса производственной практики

Организацию и руководство производственной практикой осуществляют руководители практики от образовательной организации и от профильной организации.

№	ФИО	Наименование		Занимаемая	Общий трудовой стаж
Π/Π	(при	организации,		специалистом-	работы специалиста-
	наличии)	осуществляющей		практиком	практика в
	специалиста-	деятельность	В	должность	организациях,
	практика	профессиональной			осуществляющих

		сфере, в которой работает специалист- практик по основному месту работы или на условиях внешнего		деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной
		совместительства		деятельности, к которой готовятся обучающиеся
1	Ивзанс Виктория Викторовна	ООО Рекламно- производственная компания «Новая Планета»	Директор	26 лет
2	Бывальцева Елена Игоревна	ООО «Мэри Поппинс»	Директор	24 лет
3	Кузнецова Татьяна Германовна	OOO «Премиум»	Директор	32 лет
4	Токарева Галина Анатольевна	ООО «Арт-презент»	Директор	22 лет
5	Черков Дмитрий Викторович	ООО «Мир наград»	Директор	17 лет
6	Бакаев Дмитрий Андреевич	ООО АМК «Кликау»	Директор	8 лет

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки ¹⁰
ПК 1.1 Осуществлять выбор оборудования для создания фотоизображения.	Обучающийся: - свободно ориентируется в выборе оборудования для реализации поставленных задач; - владеет осветительным оборудованием и выполняет работы в соответствии с регламентом и соблюдением правил безопасности труда.	 оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; оценка результатов выполнения лабораторных работ; оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; оценка отчетов по учебной и производственной практике.

HIC 12 0	07	
ПК 1.3 Осуществлять рекламную фотосъемку в соответствии с техническим и творческим заданием.	Обучающийся применяет разнообразные методы и приемы освещения для различных видов художественной фотографии;	 – оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ПК 2.1 Выполнять цифровую обработку фотоизображений	Обучающийся: - выполняет обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений; - владеет навыками коррекции и цветокоррекции фотоизображений.	 оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; оценка результатов выполнения лабораторных работ; оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; экспертное наблюдение выполнения лабораторных занятий
ПК 3.3 Осуществлять процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии	Обучающийся: - осуществляет процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии; - демонстрирует обоснованность выбора инструмента, оборудования, технологий в зависимости от учебных и профессиональных задач; - выполняет требования технического задания.	 оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; оценка результатов выполнения лабораторных работ; оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Обучающийся: - распознает задачу; - самостоятельно выбирает способ ее решения; - определяет обоснованность постановки цели; - выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; - адекватно оценивает эффективность и	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях

	качество выполнения профессиональных задач.	
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Обучающийся: - использует различные источники, в том числе электронные ресурсы, медиаресурсы, Интернетресурсы, периодические издания.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательску ю деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Обучающийся: - демонстрирует ответственность за принятые решения - самоанализирует и корректирует результаты собственной работы; - использует знания по финансовой грамотности в профессиональной деятельности.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Обучающийся: - осуществляет конструктивное и эффективное взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик; - показывает обоснованность анализа работы членов команды (подчиненных).	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Обучающийся: - демонстрирует грамотную устную и письменную речь; - ясность формулирования и изложения мыслей.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях

OK 00 H	0.5	n r
ОК 08 Использовать	Обучающийся:	Экспертное наблюдение за
средства физической	- эффективно использует	деятельностью обучающегося в
культуры для	средства физической	процессе освоения
сохранения и	культуры для сохранения	образовательной программы, на
укрепления здоровья	и укрепления здоровья в	практических и теоретических
в процессе	процессе	занятиях
профессиональной	профессиональной	
деятельности и	деятельности и	
поддержания	поддерживает	
необходимого уровня	необходимый уровень	
физической	физической	
подготовленности;	подготовленности.	
ОК 09 Пользоваться	Обучающийся:	Экспертное наблюдение за
профессиональной	- эффективно использует	деятельностью обучающегося в
документацией на	В	процессе освоения
государственном и	профессиональной	образовательной программы, на
иностранном языках.	деятельности	практических и теоретических
	необходимую	занятиях
	техническую	
	документацию, в том	
	числе на английском	
	языке.	

³ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.