

ПАСПОРТ РАБОЧИХ ПРОГРАММ
ПРАКТИК

Волгоград 2025

Индекс УП	ПМ (индекс, наименование)	Вид практики (учебная/ производственная)	Тип (этап) практики (при наличии)	Сем естр	О б ъ е м в ч ас ах
УП. 01.01	ПМ 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Учебная практика	<i>технологическая, программно- технологическая, сборочно- технологическая, механо-начадочная, организационная, станочная, токарная с ЧПУ и др.</i>		36
ПП. 01.01	ПМ 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Производственная практика	<i>технологическая, программно- технологическая, сборочно- технологическая, механо-начадочная, организационная, станочная, токарная с ЧПУ и др.</i>		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»

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения практики.....	6
2.2. Структура практики.....	7
2.3. Содержание практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	17

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 исследований для создания и реализации рекламного продукта»	МДК 01.01 Методика обучения предмету "Физическая культура" МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
----------	---	--

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

Код ОК	Формулировка компетенции	Умения, Знания
ОК 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
		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 современные средства поиска, анализа	Умения:
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска

	и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды

	в коллективе и команде	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 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
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, 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
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: 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 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 объекта рекламирования.

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

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 вида деятельности	Практический опыт / умения
ВД 1 Проведение исследований для создания и реализации рекламного	Практический опыт
	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
	- проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - 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, ак.ч.	Форма проведения учебной Практики (концентрированно/рассредоточено)	Курс / семестр
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 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».					36ч
ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.;	Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике, разработка плана проведения исследований потребителей.	Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	9
				Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	9
				Тема 1.13. Комплексное изучение конкурентов.	9
		2. 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 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 исследований для создания и реализации рекламного продукта».		36 ч
Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		
Тема 1.1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	Содержание	9
	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории.	
	2. Типы потребителей	
	3. Модель потребительского поведения.	
	4. Процесс анализа целевой аудитории.	
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	Содержание	9
	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 конкурентов.	Содержание	9
	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 коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание	9
	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, посттестирование в рекламе	
	9. Виды коммуникационных каналов	
	10. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе	
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. 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.: ИНФРА-Лукина 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 маркетингу/ 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 реализуется 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 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 специалист- практик 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 Ринатовна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	20 лет
2.	Галкина Лариса Робертовна	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 освоения 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.

		- при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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.	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.
ОК 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. Результаты 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	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление

	различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	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.
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 ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	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.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой 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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПП.01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ
И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

2025 г

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения практики.....	4
1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения производственной практики.....	6
2.2. Структура производственной практики.....	7
2.3. Содержание производственной практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации производственной практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса производственной практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	17

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 исследований для создания и реализации рекламного продукта»	МДК 01.01 Методика обучения предмету "Физическая культура" МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
----------	---	--

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

Код ОК	Формулировка компетенции	Умения, Знания
ОК 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
		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 современные	Умения:
		определять задачи для поиска информации

	средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 04	Эффективно	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
		Умения:

	взаимодействовать и работать в коллективе и команде	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
ОК 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
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, 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
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: 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

		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

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

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 вида деятельности	Практический опыт / умения
ВД 1 Проведение исследовани й для создания и реализации	Практический опыт
	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
	- проведения анализа рынка; - 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 интересные 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, ак.ч.	Форма проведения производственной Практики (концентрированно/рассредоточено)	Курс / семестр
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 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».					36ч
ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.;	Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике, разработка плана проведения исследований потребителей.	Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	
				Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	
				Тема 1.13. Комплексное изучение конкурентов.	
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 исследований для создания и реализации рекламного продукта».		36 ч
Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		
Тема 1.1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	Содержание	9
	5. Сущность и значение изучения целевой аудитории.	
	6. Типы потребителей	
	7. Модель потребительского поведения.	
	8. Процесс анализа целевой аудитории.	
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	Содержание	9
	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 конкурентов.	Содержание	9
	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 коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание	9
	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, посттестирование в рекламе	
	9. Виды коммуникационных каналов	
	10. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного 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, 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.: ИНФРА-Лукина 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 маркетингу/ 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 образовательной 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 реализуется 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.

№ п/п	ФИО (при наличии) специалиста-практика	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалист-практик 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	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	ООО «Премииум»	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	7 лет

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения 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 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.	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.
ОК 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 личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в	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.

	том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
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. Результаты 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 различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости	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:

	от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	- экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках 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 ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	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.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой 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.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения практики.....	6
2.2. Структура практики.....	7
2.3. Содержание практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	17

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 осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
----------	---	---

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

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 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
		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 современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы

		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	основы проектной деятельности
		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
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, 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
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на	основные направления изменения климатических условий региона
		Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы

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

	-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 KPI в пределах рекламного бюджета -эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI -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 -логику и структуру плана рекламной кампании -логику и структуру медиаплана структуру брифа и требования к нему -важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании	-разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

	-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 ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида деятельности	Практический опыт / умения
ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт
	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)
	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-II не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

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

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля		Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
УП 02.01 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».					36ч
ПК 2.1.; ПК 2.2..	Раздел 1. Стратегическое и тактическое планирование рекламных коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1.	– 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	7
		2.		Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа	7
		3.		Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа	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	7
				Тема 2.2. Направление маркетинговых исследований. Презентация продуктов работы	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.	стратега в рекламном агентстве.	
--	---	--	--	--	--

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
УП 02.01 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».		36 ч
Раздел 1. Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание	7
	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 создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание	7
	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 создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	7
	1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	
	2. Основные способы поиска рекламной идеи	
	3. Обоснование и выбор каналов	

	коммуникации	
	4.Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании	
	5. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга	
Раздел 2. Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание	7
	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 маркетинговых исследований. Презентация продуктов работы стратега в рекламном агентстве.	Содержание	8
	Понятие маркетинга, его цели, функции, принципы, классификация.	
	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 др.	
	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 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.

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 реализуется 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	Занимаемая специалистом- практиком должность	Общий трудовой стаж работы специалиста- практика в
-------	--	--	---	---

		профессиональной сфере, в которой работает специалист-практик по основному месту работы или на условиях внешнего совместительства		организациях, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся обучающиеся
6.	Анисимова Анжелика Ринатовна	Волгоградский Социально-педагогический колледж	Преподаватель	20 лет
7.	Галкина Лариса Робертовна	Волгоградский Социально-педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
8.	Чечина Антонина Ивановна	Волгоградский Социально-педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
9.	Шубенкова Юлия Анатольевна	Волгоградский Социально-педагогический колледж	Преподаватель	4 года
10.	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 освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки ³
------------	---	---

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	- 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.
ОК 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 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; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	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. Результаты 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 различий социального и	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;

	культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	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.
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 ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	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.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой 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.
--	--	----------------------------

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения практики.....	6
2.2. Структура практики.....	7
2.3. Содержание практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	17

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 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 осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
----------	---	---

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

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 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
		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 современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
		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 взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
OK 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	основы проектной деятельности
		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;
OK 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	правила оформления документов и построения устных сообщений
		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
OK 09	Пользоваться профессиональной документацией на	основные направления изменения климатических условий региона
		Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы

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

	-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 KPI в пределах рекламного бюджета -эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI -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 -логику и структуру плана рекламной кампании -логику и структуру медиаплана структуру брифа и требования к нему -важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании	-разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

	-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 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт
	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)
	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 производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-II не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения производственной практики

Код ПП	Объем, ак.ч.	Форма проведения производственной Практики (концентрированно/рассредоточено)	Курс / семестр
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».					36ч
ПК 2.1.; ПК 2.2..	Раздел 1. Стратегическое и тактическое планирование рекламных коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1.	1. – Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.	Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	7
		2.	– Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.	Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа	7
		3.	– 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 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа	7
ПК 2.2.; ПК 2.1.	Раздел 2. Форматы предъявления результатов стратегического и	1.	– Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. – Практическое применение	Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	7
				Тема 2.2. Направление маркетинговых исследований. Презентация продуктов работы	8

	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

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
ПП 02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».		36 ч
Раздел 1. Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	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	
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	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	
Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	7
	2. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	
	2. Основные способы поиска рекламной идеи	
	3. Обоснование и выбор каналов	

	коммуникации	
	4.Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании	
	5. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга	
Раздел 2. Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание	7
	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 маркетинговых исследований. Презентация продуктов работы стратега в рекламном агентстве.	Содержание	8
	Понятие маркетинга, его цели, функции, принципы, классификация.	
	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 дифференцированного 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 образовательной 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 реализуется 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.

№ п/п	ФИО (при наличии) специалиста-практика	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалист-практик 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	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	ООО «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	7 лет

8. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

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.
ОК 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 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; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	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. Результаты 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 различий социального и	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;

	культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	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.
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 ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	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.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой 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.
--	--	----------------------------

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

2025 Г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения практики.....	6
2.2. Структура практики.....	7
2.3. Содержание практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ 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:

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

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

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 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

		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 современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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	
		возможные траектории профессионального развития и самообразования	
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	
		правила разработки бизнес-планов	
		порядок выстраивания презентации	
		кредитные банковские продукты	
Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 3.1.	-определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	-типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет -способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
ПК 3.2.	-подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на	-возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг виды сайтов, их - возможности и варианты применения требования к качественному	-подбора и использования оффера -разработки рекламной кампании в сети Интернет.

	уникальность/оригинальность -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирование 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 контекстно-медийной 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

ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида деятельности	Практический опыт / умения
ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникацион ных технологий	Практический опыт
	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
	-подбора и использования оффера -разработки рекламной кампании в сети Интернет.
	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения -реализации рекламной кампании в сети Интернет.
	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-II не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем, ак.ч.	Форма проведения учебной Практики (концентрированно/рассредоточено)	Курс / семестр
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 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»					36ч
ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.;	Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике, Создание клиентской базы для рекламного предприятия	Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	9
		2. 3.		Тема 1.2. Поисковая реклама. SMM-продвижение	9
ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.;	Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	1.	Изготовить рекламный и/или PR материал. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.	Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	9
				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»		36 ч
Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.		
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	9
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	
	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	9
	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)	
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 коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	9
	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 рекламоделателями	
	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 стратегии интернет-продвижения	Содержание	9
	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 К°», 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. – С. 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 с.
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 "Advertising.ru"; <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru"; 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 реализуется 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 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 специалист- практик 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 Робертовна	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 ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки ⁵
------------------	---	---

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.
ПК 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.
ОК 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 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.
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.

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.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения производственной практики.....	6
2.2. Структура производственной практики.....	7
2.3. Содержание производственной практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации производственной практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса производственной практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	17

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

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

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 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
		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 современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной 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

	ситуациях	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	
		возможные траектории профессионального развития и самообразования	
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	
		правила разработки бизнес-планов	
		порядок выстраивания презентации	
		кредитные банковские продукты	
Код ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 3.1.	-определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	-типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет -способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
ПК 3.2.	-подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА	-возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг виды сайтов, их - возможности и варианты применения	-подбора и использования оффера -разработки рекламной кампании в сети Интернет.

	-проверять рекламные материалы на 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.	- требования к качественному 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 контекстно-медийной 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	-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.

	-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 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 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Практический опыт
	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет
	-выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет
	-постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
	-подбора и использования оффера
	-разработки рекламной кампании в сети Интернет.
	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения
	-реализации рекламной кампании в сети Интернет.
	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, ак.ч.	Форма проведения производственной Практики (концентрированно/рассредоточено)	Курс / семестр
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 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»					72ч
ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.;	Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике, Создание клиентской базы для рекламного предприятия Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.	Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	18
		2. 3.		Тема 1.2. Поисковая реклама. SMM-продвижение	18
ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.;	Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	1.	Изготовить рекламный и/или PR материал. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.	Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	18
				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 марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»		72 ч
Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.		
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	18
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	
	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	18
	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 (заголовков, подзаголовков, 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 коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	18
	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 рекламоделателями	
	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 стратегии интернет-продвижения	Содержание	18
	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 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. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 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. – С. 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 с.
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 "Advertising.ru"; <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru"; 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 образовательной 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 реализуется 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.

№ п/п	ФИО (при наличии) специалиста-практика	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалист-практик 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	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	ООО «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	7 лет

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения компетенций)	Формы контроля и методы оценки ⁶
------------	--	---

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.
ПК 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.
ОК 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 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.
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.

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.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения практики.....	4
1.3. Обоснование часов практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения практики.....	6
2.2. Структура практики.....	7
2.3. Содержание производственной практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	17

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.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:

УП 04.01	ПМ 04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».	МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки
----------	---	---

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

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 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
		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 современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы

		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	основы проектной деятельности
		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
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умения:
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции
		традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
ОК	Пользоваться	значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения

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

ПК 4.2.	-использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	-отраслевую терминологию важность учета -пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	-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.
ПК. 4.3	-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 -подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения -представлять разработанные макеты рекламных носителей в	-программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей виды сайтов, их - возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов -программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей технические средства создания визуального контента -возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций	-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.

	виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирование 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 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.	-структуру брифа и требования к нему -важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля -важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей -требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией -технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и 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 вида деятельности	Практический опыт / умения
ВД 4 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Практический опыт
	-подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) -поиска и подбора оригинального нейма и слогана
	-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.
	-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-II не предусмотрено

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

Код УП	Объем, ак.ч.	Форма проведения учебной Практики (концентрированно/распределено)	Курс / семестр
УП. 04.01	72 ч	распределено	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»					36ч
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,	Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	9
		2.	- Разработка корпоративной идентичности, ее основных функции и элементов	Тема 1.2. Творческая концепция в рекламе	9
		3.	- Визуализация фирменного блока - Разработка логотипа как элемент фирменного стиля. - Поиск инсайта и ключевых рекламных решений		
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	1.	- - Разработка рекламной продукции - 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 2.1. Технологии производства рекламного продукта	9
				Тема 2.2. Рекламное портфолио	9

			презентации. - Управление коммуникациями в Интернет		
--	--	--	---	--	--

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
УП 04.01 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»		36 ч
Раздел 1. Разработка творческих рекламных решений		
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание	9
	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 бренда	

	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 докуменцииита. Корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	
Тема 1.2. Творческая концепция в рекламе	Содержание	9
	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 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 рекламного контента для продвижения торговой марки		
Тема 2.1. Технологии производства рекламного продукта	Содержание	9
	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 недостатки.	
	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 дифференцированного 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 онлайн-платформе / 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. Дзгоева. — 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 реализуется 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 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 специалист- практик 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 Анжелика Ринатовна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	20 лет
17.	Галкина Лариса Робертовна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
18.	Чечина Антонина Ивановна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
19.	Шубенкова Юлия Анатольевна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	4 года
20.	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 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.

	- характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность.	
ОК 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 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.
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 различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности 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.
ОК 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 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой 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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения производственной практики.....	6
2.2. Структура производственной практики.....	7
2.3. Содержание производственной практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации производственной практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса производственной практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	17

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.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 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».	МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки
----------	---	---

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

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 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
		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 современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы

		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	основы проектной деятельности
		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
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умения:
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции
		традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
ОК	Пользоваться	значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения

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

ПК 4.2.	-использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	-отраслевую терминологию важность учета -пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	-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.
ПК. 4.3	-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 -подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения -представлять разработанные макеты рекламных носителей в	-программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей виды сайтов, их - возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов -программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей технические средства создания визуального контента -возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций	-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.

	виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирование 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 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.	-структуру брифа и требования к нему -важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля -важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей -требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией -технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и 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 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 4 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Практический опыт
	-подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) -поиска и подбора оригинального нейма и слогана
	-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.
	-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, ак.ч.	Форма проведения производственной Практики (концентрированно/рассредоточено)	Курс / семестр
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
ПП 04.01 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»					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 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 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	18
		2. 3.		Тема 1.2. Творческая концепция в рекламе	18
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	1.	- Разработка носителей фирменного стиля - Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки. - Разработка дизайнерского	Тема 2.1. Технологии производства рекламного продукта	18
				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 оригинал-макетов. 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.
ПП 04.01 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»		72 ч
Раздел 1. Разработка творческих рекламных решений		
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание	18
	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 бренда	

	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 докуменцииита. Корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	
Тема 1.2. Творческая концепция в рекламе	Содержание	18
	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 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 рекламного контента для продвижения торговой марки		
Тема 2.1. Технологии производства рекламного продукта	Содержание	18
	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 недостатки.	
	Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций	

Тема 2.2. Рекламное портфолио	Содержание	18
	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 дифференцированного 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 подписке.

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, 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.

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. — С. 49-52.

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 образовательной 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 реализуется 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.

№ п/п	ФИО (при наличии) специалиста-практика	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалист-практик 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	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	ООО «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	7 лет

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

ОК	компетенций)	
ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных 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; - 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 профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результаты 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; - 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. Результаты 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 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. Результаты 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 различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности 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.
ОК 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 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой 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»

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения практики.....	6
2.2. Структура практики.....	7
2.3. Содержание практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы

Учебная 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:

УП 05.01	ПМ 05 «Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф»»	МДК.05.01 Создание фотоизображений/ видеопродукции с использованием 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 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
		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 современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
		возможные траектории профессионального развития и самообразования

		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	основы проектной деятельности
		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
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения:
		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
		Знания:
		роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
		основы здорового образа жизни
		условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на	средства профилактики перенапряжения
		Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы

	государственном и иностранном 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 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	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;	технология видеомонтажа, системы нелинейного монтажа;	осуществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии
	выполнять работу с видеоматериалами различных форматов и стандартов;	программное обеспечение для создания и работы с продуктами видеографии;	
	выбирать оборудование, программное обеспечение и иные средства для создания продукта.	стандарты и форматы видеоматериалов	

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

визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	работы с различными схемами освещения.
	выполнения цифровой обработки фотоизображений
	осуществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии
	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
	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-II не предусмотрено

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем, ак.ч.	Форма проведения учебной Практики (концентрированно/рассредоточено)	Курс / семестр
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 Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф»					36ч
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 1. Создание фотоизображений/ видеопродукции с использованием профессиональных технологий	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике, 1. Организационные работы и съёмка фоторекламы 2. Создание рекламного образа.	Тема 1.1. Творческие и технические приемы фотосъемки	6
				Тема 1.2. Цифровая обработка фотографии	6
				Тема 1.3. Основы режиссуры	6
				Тема 1.4. Основы видеосъемки	6
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 2. Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации	1.	1. Поиск идеи и реализация создания серии фотографий, выполненной в одном из редакторов 2. Съёмочный процесс	Тема 2.1. Информационные технологии в рекламной деятельности	6
				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 фотоизображений/ видеопroduкции с использованием профессиональных технологий		
Тема 1.1. Творческие и технические приемы фотосъемки	Содержание	6
	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 природы 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. Съёмочный процесс. Выбор кадра. Объект. Точка съёмки. Освещение. Получение резкого изображения. Наводка на резкость. Глубина резкоизображаемого пространства. Дифрагмирование. Экспонирование. Экспозиция. Величина выдержки.	
Тема 1.2. Цифровая обработка фотографии	Содержание	6
	Быстрая коррекция фотоизображения. Кадрирование. Масштабирование и изменение параметров фотографии.	
	Цветовая коррекция фотоснимков. Черно-белое преобразование. Алгоритм действий при работе с корректирующими слоями. Тусклые цвета и понижение контрастов. Коррекция цветов в фотошопе. Выборочная коррекция цвета.	
	Ретуширование. Ретушь лица. Корректировка фигуры фотошопе.	
	Стилизация. Фотография в стиле поп-арт, ретро... Работа 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. Монтажно-тонировочный 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 съёмке.	
Раздел 2. Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации		
Тема 2.1. Информационные технологии в рекламной деятельности	Содержание	6
	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 презентаций. 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.	
Тема 2.2. Современная оргтехника	Содержание	6

	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 PROобразование : [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 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. Транквилицкий, Ю. Н. Симфония светотени, формы и колорита. Композиционные основы творчества: Монография / Транквилицкий 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 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 реализуется 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 специалист- практик 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
21.	Анисимова Анжелика Ринатовна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	20 лет
22.	Галкина Лариса Робертовна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
23.	Чечина Антонина Ивановна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	40 лет
24.	Шубенкова Юлия Анатольевна	Волгоградский Социально- педагогический колледж	Преподаватель	4 года
25.	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 освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки ⁹
------------	--	---

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.	– 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

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, Интернет-ресурсы, 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, предпринимательскую 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

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

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»

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	6
2.1. Трудоемкость освоения производственной практики.....	6
2.2. Структура производственной практики.....	7
2.3. Содержание производственной практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
3.3. Общие требования к организации производственной практики.....	15
3.4. Кадровое обеспечение процесса производственной практики.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ 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 по профессии 11.010 «Фотограф»»	МДК.05.01 Создание фотоизображений/ видеопродукции с использованием 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
ОК 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
		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 современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		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
		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 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы

		финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	основы проектной деятельности
		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
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения:
		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
		Знания:
		роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
		основы здорового образа жизни
		условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном	средства профилактики перенапряжения
		Умения:
		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 иностранном языках	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 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 д ПК	Уметь	Знать	Владеть 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 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 4.3	выполнять видеомонтаж и цветокоррекцию методами компьютерных технологий;	технология видеомонтажа, системы нелинейного монтажа;	осуществления процесса монтажа и графики видеопроизводства событийной видеографии
	выполнять работу с видеоматериалами различных форматов и стандартов;	программное обеспечение для создания и работы с продуктами видеографии;	
	выбирать оборудование, программное обеспечение и иные средства для создания продукта.	стандарты и форматы видеоматериалов	

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

визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	работы с различными схемами освещения.
	выполнения цифровой обработки фотоизображений
	осуществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии
	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
	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, ак.ч.	Форма проведения производственной Практики (концентрированно/рассредоточено)	Курс / семестр
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 Выполнение работ по профессии 11.010 «фотограф»					36ч
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 1. Создание фотоизображений/ видеопroduкции с использованием профессиональных технологий	1.	Определение целей и задач практики, разработка документов по практике,	Тема 1.1. Творческие и технические приемы фотосъемки	6
		2.	2. Организационные работы и съёмка фоторекламы	Тема 1.2. Цифровая обработка фотографии	6
		3.	3. Создание имиджевых и рекламных натюрмортов.	Тема 1.3. Основы режиссуры	6
		4.	4. Выполнение фотосъемки архитектуры и интерьера для рекламных целей	Тема 1.4. Основы видеосъемки	6
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;	Раздел 2. Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации	1.	5. Организация и проведение подготовки фотомоделей к фотосъемке.	Тема 2.1. Информационные технологии в рекламной деятельности	6
			6. Выполнение фотосъемки фотомодели в рекламируемой одежде		
			1. Освоение технологии создания рекламного продукта. Выполнение фотографии для рекламы		
			2. Выполнение рекламной фотосъемки с использованием выразительных и художественных средств.		
ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;			3. Разработка идеи и концепции экспозиции.	Тема 2.2. Современная оргтехника	6
			4. Разработка проектов		

			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 ПО ПРОФЕССИИ 11.010 «ФОТОГРАФ»		36 ч
Раздел 1. Создание фотоизображений/ видеопродукции с использованием профессиональных технологий		
Тема 1.1. Творческие и технические приемы фотосъемки	Содержание	6
	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. Съёмочный процесс. Выбор кадра. Объект. Точка съёмки. Освещение. Получение резкого изображения. Наводка на резкость. Глубина резкоизображаемого пространства. Дифрагмирование. Экспонирование. Экспозиция. Величина выдержки.	
Тема 1.2. Цифровая обработка фотографии	Содержание	6
	Быстрая коррекция фотоизображения. Кадрирование. Масштабирование 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 стиле поп-арт, ретро... Работа 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. Монтажно-тонировочный 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 съёмке.	
Раздел 2. Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации		
Тема 2.1. Информационные технологии в рекламной деятельности	Содержание	6
	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 презентаций. 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.	
Тема 2.2. Современная оргтехника	Содержание	6
	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 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 PROФобразование : [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 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. Транквилицкий, Ю. Н. Симфония светотени, формы и колорита. Композиционные основы творчества: Монография / Транквилицкий 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 образовательной 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 реализуется 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.

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

		сфере, в которой работает специалист-практик по основному месту работы или на условиях внешнего совместительства		деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной 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	ООО «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 освоения 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.

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, Интернет-ресурсы, 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, предпринимательскую 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

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

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.