

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2020 г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин (экономических) 05

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Программа подготовки: Базовая

**План учебного процесса**

Индекс	Наименование практик (по разделам и видам)	Очное обучение			Заочное обучение		
		Номер семестра	Кол-во недель	Часы	Номер семестра	Кол-во недель	Часы
<b>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>							
ПП.03.01	Производственная практика, маркетинговые исследования рынка	3	4	144			

Программа практики составлена в соответствии с  
федеральным государственным образовательным стандартом  
среднего профессионального образования по специальности  
42.02.01 РЕКЛАМА

и на основании учебного плана № 20-02/1/11, 19-02/1/11, 18-02/1/11

---

# Производственная практика (по профилю специальности)

ПП.03.01

## Маркетинговые исследования рынка

(Индекс и название практики согласно учебному плану)

### 1.1. Место производственной практики (по профилю специальности) в структуре ППССЗ

Производственная практика (по профилю специальности) является завершающим этапом изучения профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»

### 1.2. Цель производственной практики (по профилю специальности)

Формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в области продвижения рекламного продукта на основании маркетинговых исследования рынка.

### 1.3. Задачи производственной практики (по профилю специальности)

- дальнейшее изучение методов исследования рекламного рынка;
- развитие практических навыков проведения исследований предпочтений целевых групп потребителей;
- приобретение навыков анализа результатов маркетинговых исследований.

### 1.4. Компетенции, формируемые у обучающихся в процессе прохождения производственной практики (по профилю специальности)

Общекультурные: (ОК)

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональные: (ПК)

- ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
- ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

### 1.5. В результате прохождения производственной практики (по профилю специальности) студент должен:

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| Иметь практический опыт: | 1) выявления требований целевых групп потребителей (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);<br>2) разработки маркетинговой части бизнес-плана (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);<br>3) разработки средств продвижения рекламного продукта (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2).   |
| Уметь:                   | 1) проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);<br>2) анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);<br>3) проводить сегментирование рынка (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);<br>4) принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2). |
| Знать:                   | 1) задачи, цели и общие требования к рекламе (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);<br>2) основные направления рекламной (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);<br>3) структуру рекламного рынка (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2).  |

**1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:**

- МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);
- МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности (ОК 1-19, ПК 3.1-3.2);

**1.7. Форма проведения производственной практики (по профилю специальности)**

Рассредоточено  Концентрированно

**1.8. Место проведения производственной практики (по профилю специальности)**

Закрепление баз практик осуществляется администрацией университета. Производственная практика проводится на предприятиях, в учреждениях, организациях различных организационно-правовых форм собственности на основе прямых договоров, заключаемых между предприятием и университетом. В договоре университет и организация оговаривают все вопросы, касающиеся проведения практики. Базы практик представлены в приказе обучающихся на производственную практику.

**1.9. Содержание производственной практики (по профилю специальности)**

Наименование и содержание разделов (этапов)	Объем (часы)
<b>Раздел 1. Общая характеристика рынка</b>	<b>6</b>
Этап 1. Анализ отрасли и рынка	2
Этап 2. Динамика развития рынка	2
Этап 3. Характеристика деятельности предприятия	2
<b>Раздел 2. Товар в маркетинге</b>	<b>6</b>
Этап 4. Характеристика продукции предприятия по различным классификационным признакам	6
<b>Раздел 3 Рыночная атрибутика товара</b>	<b>12</b>
Этап 5. Маркировка	3
Этап 6. Товарная марка	3
Этап 7. Товарный знак	3
Этап 8. Упаковка товара	3
<b>Раздел 4. Коммуникационная политика</b>	<b>24</b>
Этап 9. Реклама	6
Этап 10. Связи с общественностью	6
Этап 11. Стимулирование сбыта	6
Этап 12. Рекомендации по совершенствованию коммуникационной политики предприятия	6
<b>Раздел 5. Определение конкурентоспособности товара</b>	<b>24</b>
Этап 13. Качество товара (технический уровень и потребительская полезность)	6
Этап 14. Упаковка товара. Затраты потребителя (цена покупки и эксплуатационные расходы в период срока службы товара)	6
Этап 15. Упаковка товара. Целесообразность выхода компании на товарные рынки (характеристики товара, ориентированные на удовлетворение потребительского спроса)	6
Этап 16. Упаковка товара. Отличие от товаров конкурентов	6
<b>Раздел 6. Исследование рынка</b>	<b>66</b>
Этап 17. Планирование МИ. Определение потребности в проведении МИ	6
Этап 18. Определение типа и метода исследования	2
Этап 19. Определение метода и способа получения информации	2
Этап 20. Определение метода формирования выборки и ее объема	4
Этап 21. Составление анкет	4
Этап 22. Проведение исследований	36
Этап 23. Обработка результатов исследований и анализ рынка	12
<b>Текущий контроль</b> (проверка выполнения плана-графика практики; собеседование по разделам)	<b>2</b>
<b>Промежуточная аттестация</b> (дифференцированный зачет)	<b>4</b>
<b>ВСЕГО:</b>	<b>144</b>

### 1.10. Формы отчетности по производственной практике (по профилю специальности)

Текущий контроль прохождения практики осуществляется на основании плана - графика консультаций и контроля за выполнением обучающимися тематического плана производственной практики.

Обучающийся представляет отчет о практике.

Отчет по практике должен содержать информацию о предприятии (фирме) по всем разделам практики, обработанные результаты анкетирования, сформулированные положения о положении данного товара (фирмы) на рынке, конкурентах, качестве продукции фирмы, направлениях коммуникационной политики и собственные рекомендации по ее совершенствованию. Прилагаются разработанные анкеты и результаты исследований. К отчету должен быть приложен аттестационный лист по практике, характеристика и дневник практики, подписанные руководителем практики от предприятия (фирмы). Объем отчета 25-30 листов формата А4. Отчет выполняется индивидуально и сопровождается презентацией по материалам практики. Отчет предоставляется в сроки, указанные в тематическом плане практики.

### 1.11. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций по результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности)

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
86 - 100	5 (отлично)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы полностью соответствуют программе практики и имеют практическую ценность; индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области.
75 – 85	4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, содержат стандартные выводы и рекомендации практиканта; индивидуальное задание выполнено, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный ответ, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.
61 – 74		Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, содержат стандартные выводы и рекомендации практиканта; индивидуальное задание в целом выполнено с несущественными ошибками, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют несущественные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся дал стандартный ответ, в целом качественный, основанный на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, собственные выводы и рекомендации практиканта по итогам практики отсутствуют; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получены удовлетворительные аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют многочисленные несущественные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся дал ответ с существенными ошибками или пробелами в знаниях по некоторым разделам практики. Демонстрирует понимание содержания практики в целом, без углубления в детали.
40 – 50		Обучающийся нарушал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, собственные выводы и рекомендации практиканта по итогам практики отсутствуют; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получены удовлетворительные аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют многочисленные существенные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся продемонстрировал слабое понимание сущности практической деятельности, допустил существенные ошибки или пробелы в

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		ответах сразу по нескольким разделам программы практики, незнание (путаницу) важных терминов.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог справиться с практической частью индивидуального задания; отчетные материалы частично не соответствуют программе практики; получен неудовлетворительный аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и (или) презентации не соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся продемонстрировал неспособность ответить на вопрос без помощи преподавателя, незнание значительной части принципиально важных практических элементов, многочисленные существенные ошибки.
1 – 16		Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог справиться с индивидуальным заданием; отчетные материалы не соответствуют программе практики; получен неудовлетворительный аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; отчет к защите не представлен.
0		Обучающийся практику не проходил.

### 1.12. Учебная литература и другие информационные источники

#### а) основная учебная литература

1. Герасимов Б. И. Маркетинг / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. - Москва : Форум, 2018. - 320 с. - ISBN 978-5-00091-619-3. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/361355/reading>. - Текст: электронный.
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88760.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### б) дополнительная учебная литература

1. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг / М.Ю. Горнштейн. - Москва : Дашков и К, 2019. - 404 с. - ISBN 978-5-394-03266-0. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/359623/reading>. - Текст: электронный.
2. Блюм М.А. Маркетинг рекламы / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - Москва : Форум, 2019. - 144 с. - ISBN 978-5-00091-692-6. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/361357/reading>. - Текст: электронный.
3. Лукина А. В. Маркетинг товаров и услуг / А.В. Лукина. - Москва : Форум, 2019. - 239 с. - ISBN 978-5-00091-686-5. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/360747/reading>. - Текст: электронный.

#### в) Методическое обеспечение учебной практики

1. Гасанова, Э. В. Учебно-методическое пособие по организации внеаудиторной (самостоятельной) работы обучающихся по программе среднего профессионального образования : учебное пособие / Э. В. Гасанова. — Хасавюрт : Дагестанский государственный университет (филиал) в г. Хасавюрте, 2018. — 76 с. — ISBN 978-5-6042127-4-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80927.htm>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### г) Официальные справочно-библиографические и периодические издания:

1. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>
2. Межведомственный аналитический центр <http://www.iacenter.ru>
3. Справочная правовая система Консультант Плюс [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
4. Справочная правовая система Гарант [www.garant.ru](http://www.garant.ru).
5. Федеральная налоговая служба [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru)
6. РБК <http://www.rbc.ru/>
7. Сайты организаций

### 1.13. Демонстрационные и раздаточные материалы

1. Презентация по разделам практики
2. Образцы анкет
3. Тематический план практики
4. Образец оформления дневника практики
5. Перечень вопросов к зачету

**1.14. Материально-техническое и программное обеспечение учебной практики**

- видеопроектор с экраном
- принтер, сканер
- рабочие места, оснащенные компьютерами
- Microsoft Windows 10 Pro
- Office Standart 2016

**1.15. Обязанности обучающегося во время прохождения производственной практики**

- Соблюдать правила внутреннего распорядка
- Выполнять правила техники безопасности и охраны труда
- Выполнять обязанности в соответствии с программой практики
- Вести и своевременно представлять необходимую документацию по выполнению программы практики

**1.16. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта умений и знаний, характеризующие этапы формирования компетенций по результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности)**

№ п/п	Формулировка вопроса (задания, оценочного материала)
1	Параметры, характеризующие рынок
2	Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка
3	Наиболее существенные признаки определения типа рынка
4	Анализ рынка и конъюнктурный прогноз
5	Характеристика конкурентов и выделение сильных и слабых сторон
6	Жизненный цикл товара
7	Определение свойств товара
8	Рыночная атрибутика товара
9	Конкурентоспособность товара
10	Методика проведения исследования
11	Анкета, правила составления
12	Результаты исследования
13	Целевая аудитория
14	Виды продвижения товара
15	Стратегия продвижения

**1.17. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания практического опыта, умений и знаний, характеризующих этапы формирования компетенций по результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности)**

- Форма проведения промежуточной аттестации по практике

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная\*

**Особенности проведения зачета по практике**

Зачет проводится в устной форме в виде презентации материала отчета по практике в течении 5-7 минут. По мере необходимости задаются вопросы. Обучающиеся могут пользоваться полученной на практике информацией.