

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

«28» _____ 06 _____ 2022 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 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
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта							
ПП.03.01	Производственная практика, маркетинговые исследования рынка	5	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 № 22-02/1/3, 21-02/1/3, 20-02/1/3,19-02/1/3

Составитель(и): Преподаватель Трофимова Л.В.
(должность, Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой комиссии: Трофимова Л.В.
(Ф.И.О. председателя, подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Корабельникова М.А.
(Ф.И.О. директора, подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

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 ППСЗ

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);
- 2) разработки маркетинговой части бизнес-плана (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);
- 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);
- 2) анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);
- 3) проводить сегментирование рынка (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);
- 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);
- 2) основные направления рекламной (ОК 1-9, ПК 3.1-3.2);
- 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)
Раздел 1. Общая характеристика рынка	6
Этап 1. Анализ отрасли и рынка	2
Этап 2. Динамика развития рынка	2
Этап 3. Характеристика деятельности предприятия	2
Раздел 2. Товар в маркетинге	6
Этап 4. Характеристика продукции предприятия по различным классификационным признакам	6
Раздел 3 Рыночная атрибутика товара	12
Этап 5. Маркировка	3
Этап 6. Товарная марка	3
Этап 7. Товарный знак	3
Этап 8. Упаковка товара	3
Раздел 4. Коммуникационная политика	24
Этап 9. Реклама	6
Этап 10. Связи с общественностью	6
Этап 11. Стимулирование сбыта	6
Этап 12. Рекомендации по совершенствованию коммуникационной политики предприятия	6
Раздел 5. Определение конкурентоспособности товара	24
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
Раздел 6. Исследование рынка	66
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
Текущий контроль (проверка выполнения плана-графика практики; собеседование по разделам)	2
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	4
ВСЕГО:	144

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
2. Маркетинг. Практические работы [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Трофимова Л. В. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 21 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019205, по паролю.

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
4. Справочная правовая система Гарант www.garant.ru.
5. Федеральная налоговая служба 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.