

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
Производственная практика:							
ПДП	Производственная практика (преддипломная)	8	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 высшей категории 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 СПБГУПТД: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

Производственная практика (преддипломная)

ПДП

Преддипломная практика

(Индекс и название практики согласно учебному плану)

1.1. Место производственной практики (преддипломной) в структуре ППСЗ

Производственная практика (преддипломная) - Заключительная практика в структуре ППСЗ

1.2. Цель производственной практики (преддипломной)

Углубление первоначального практического опыта обучающихся, развитие общих и профессиональных компетенций, проверка их готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы

1.3. Задачи производственной практики (преддипломной)

- улучшение качества профессиональной подготовки;
- закрепление полученных знаний по дисциплинам специализации;
- приобретение навыков практического решения информационных задач на конкретном рабочем месте в качестве исполнителя;
- сбор конкретного материала для выполнения выпускной квалификационной работы.

1.4. Компетенции, формируемые у обучающихся в процессе прохождения производственной практики (преддипломной)

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
- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Профессиональные: (ПК)

- ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.
- ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
- ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.
- ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
- ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
- ПК.2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
- ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
- ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале
- ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
- ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
- ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

1.5. В результате прохождения производственной практики (преддипломной) студент должен:

- Иметь практический опыт:
- 1) В художественном проектировании рекламного продукта (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5)
 - 2) В работе в профессиональных информационных системах (ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, 3.1-3.2)
 - 3) В расчете рекламного бюджета и определения эффективности рекламы (ОК 1-11, ПК 4.1-4.3)
- Уметь:
- 1) Последовательно работать над рекламным проектом в соответствии с выделенным бюджетом (ОК 1-11, ПК 4.1-4.3)
 - 2) Выполнять эскизы и электронные макеты рекламных продуктов (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, 2.1-2.3)
 - 3) Применять на практике знания законов в области рекламной деятельности.(ОК 1-11, ПК 3.1-3.2)
- Знать:
- 1) Последовательность работы над рекламным проектом. (ОК 1-11, ПК 4.1-4.3)
 - 2) методы и способы проектирования и изготовления рекламного продукта (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, 2.1-2.3)
 - 3) законодательство РФ в области рекламной деятельности (ОК 1-11, 3.1-3.2)

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

- ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5)
- ПМ.02. Производство рекламной продукции (ОК 1-11, ПК 2.1-2.3)
- ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (ОК 1-10, ПК 3.1-3.3)
- ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (ОК 1-11, ПК 4.1-4.3)
- ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (ОК 1-11)

1.7. Форма проведения производственной практики (преддипломной)Рассредоточено Концентрированно **1.8. Место проведения производственной практики (преддипломной)**

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 (преддипломной)

Наименование и содержание разделов (этапов)	Объем (часы)
Раздел 1. Предпроектное исследование	16
Этап 1. Получение задания. Знакомство с исходными данными. Изучение нормативных документов.	4
Этап 2. Характеристика деятельности предприятия.	4
Этап 3. Характеристика продукции предприятия.	4
Этап 4. Характеристика рынка.	4
Раздел 2. Планирование рекламной кампании	120
Этап 5. Анализ ситуации в отрасли.	4
Этап 6. Анализ конкурентов.	4
Этап 7. SWOT-анализ.	4
Этап 8. Планирование исследования целевой аудитории	4
Этап 9. Составление анкет	4
Этап 10. Проведение исследования	60
Этап 11. Обработка результатов исследования	10
Этап 12. Сегментирование	6

Наименование и содержание разделов (этапов)	Объем (часы)
Этап 13. Выбор целевой аудитории	6
Этап 14. Построение интеллектуальной карты целевой аудитории	6
Этап 15. Определение целей рекламной кампании	4
Этап 16. Определение рекламной стратегии	4
Этап 17. Выбор средств распространения рекламы	4
Текущий контроль (проверка выполнения плана-графика практики; собеседование по разделам)	2
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	6
ВСЕГО:	144

1.10. Формы отчетности по производственной практике (преддипломной)

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 по всем разделам практики, обработанные результаты исследования, цели рекламной кампании, рекламные стратегии и средства распространения рекламы. 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 (преддипломной)

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

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		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 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

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 техники безопасности и охраны труда
- правила внутреннего распорядка
- вести и своевременно представлять необходимую документацию по выполнению программы практики
- собрать материалы для подготовки выпускной квалификационной работы
- изучать и строго соблюдать правила и нормы охраны труда, пожарной безопасности и производственной санитарии
- нести ответственность за выполненную работу и ее результаты
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики
- вести дневник по практике

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 (преддипломной)

№ п/п	Формулировка вопроса (задания, оценочного материала)
1	Содержание плана рекламной кампании, методика составления
2	Методика проведения ситуационного анализа
3	Построение интеллектуальной карты целевой аудитории
4	Определение целей рекламной кампании
5	Определение рекламных стратегий
6	Выбор средств распространения рекламы
7	Разработка медиаплана

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

- 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.