

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе
_____ А.Е. Рудин

Программа практики

Учебный план: 24-02/1/8

Код, наименование
специальности 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника Специалист по рекламе

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: очная

План учебного процесса

индекс	Наименование практики	Номер семестра	Кол-во недель	Трудоемкость, ч	Форма промежуточной аттестации
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта					
ПП.01.01	Производственная практика, Маркетинговые исследования	2	2	72	Зачет с оценкой

Программа практики составлена в соответствии с
федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального
образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденным приказом
Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Понарина Е.А.

(Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой
комиссии: Киреева М.С.

(Ф.И.О., подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа,
реализующего
образовательную программу: Корабельникова М. А.

(Ф.И.О., подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.

(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является частью основной образовательной программы (далее ООП) по специальности СПО 42.02.01 Реклама при освоении основного вида деятельности ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

1.2. Цели и задачи практики

- формирование у обучающихся первоначальных умений и практического опыта в рамках профессиональных компетенций, соответствующих основному виду деятельности;
- формирование у обучающихся общих компетенций, соответствующих основному виду деятельности.
- В результате прохождения производственной практики обучающийся приобретает опыт практической деятельности:
- находить и анализировать необходимую информацию;
- определение целевой аудитории и целевых групп;
- выявления основных и второстепенных конкурентов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом реализации программы производственной практики является освоение обучающимися профессиональных и общих компетенций в рамках основного вида деятельности по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

2.1. Профессиональные компетенции

Код ПК	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

2.2. Общие компетенции

Код ОК	Наименование результата обучения
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Код ПК	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающих формирование ПК	Объем часов
ПК1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы	ТБ. Целевая аудитория и целевые группы	10
ПК 1.2	Проводить анализ объема рынка.	Анализ рынка	10
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.	Анализ конкурентов	10
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Проведение исследования потребителей Проведение исследования по заданию заказчика Разработка средств продвижения рекламы	36
		Дифференцированный зачет по практике	6
		Всего	72

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Материально-техническое обеспечение

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- Столы и стулья для студентов и преподавателя;
- Компьютер;
- Проектор.

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

4.2.1 Печатные издания

4.2.2 Электронные ресурсы:

а) основная учебная литература

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99228.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Генералова, С. В. Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров : практикум / С. В. Генералова. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 59 с. — ISBN 978-5-4487-0728-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/97408.html> (дата обращения: 09.04.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

б) дополнительная учебная литература

Гнусова, И. Ф. Реклама книги : учебное пособие / И. Ф. Гнусова. — Томск : Издательство Томского государственного университета, 2021. — 138 с. — ISBN 978-5-94621-986-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116820.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) учебно-методическая литература

1. Северова, Т. С. Инфографика: учебное пособие / Т. С. Северова. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2023. — 96 с. — ISBN 978-5-4263-1215-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130128.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.2.3 Дополнительные источники:

1. Рекламный совет России: <https://a-z.ru/assoc/osr/>
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Практическая психология: <http://www.psychological.ru>

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результаты	Основные показатели оценки результата
Определять целевую аудиторию и целевые группы	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника производственной практики; - журнал инструктажа по технике безопасности
Проводить анализ объема рынка.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника производственной практики; - отчета
Проводить анализ конкурентов.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника производственной практики; - отчета
Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника производственной практики; - отчета
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника производственной практики; - отчета
Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника производственной практики; - отчета
Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника производственной практики; - отчета
Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника производственной практики; - отчета