КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

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.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях					
ПП.04.01	Производственная практика, Создание рекламного контента для продвижения марки / бренда / организации (преддипломная)	4	2	72	Дифференцированный зачет

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

Составитель(и): Киреева М.С.
(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 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»

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.4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК.4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
ПК.4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/ бренда/ организации в сети Интернет

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 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
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
ПК.4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	1. Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании, 2. Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов. 3. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов.	22
ПК.4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	4. Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь);	22
ПК.4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/ бренда/ организации в сети Интернет	5. Разработка рекламных модулей для СМИ. 6. Создание пакета рекламной продукции для заказчика; 7. Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика; 8. Выполнение работ по заказу руководителя практики.	22
		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 и электронные издания

а) основная учебная литература

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430788>
2. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг: учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов: Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95594.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Гнюсова, И. Ф. Реклама книги: учебное пособие / И. Ф. Гнюсова. — 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

2. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 3-е изд. — Саратов: Профобразование, 2024. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145906.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии. Реклама : практикум для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура», профиль «Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества» / Н. С. Куркова. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2020. — 128 с. — ISBN 978-5-8154-0571-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121578.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) учебно-методическая литература

1. Сивунова М Е Выполнение рекламных проектов в материале. МДК.02.01 [Электронный ресурс]: практикум / Сивунова М Е — СПб.: СПбГУПТД, 2022.— 43 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022181, по паролю.

4.2.2 Дополнительные источники:

Интернет-ресурсы:

1. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
2. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
3. Сайт Наука о рекламе www.advertology.ru/

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результаты	Основные показатели оценки результата
Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	По окончании производственной практики обучающимися представляется: - дневник практики (индивидуальное задание, график прохождения практики, ежедневные записи); - отчет о прохождении практики, заверенный организацией;
Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	-аттестационный лист, характеристика; -в качестве приложений – фото/видео материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике. Аттестация по итогам практики осуществляется в виде защиты отчета на основе оценки выполнения обучающимся программы производственной практики, отзыва руководителя практики об уровне приобретенных знаний, профессиональных умений и навыков и сформированности, заданных программой, компетенций обучающегося
Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/ организации в сети Интернет	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - оценка процесса - оценка результатов - оценка дневника производственной практики - оценка отчета

	-дифференцированный зачет
Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - оценка процесса - оценка результатов - оценка дневника производственной практики - оценка отчета -дифференцированный зачет
Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - оценка процесса - оценка результатов - оценка дневника производственной практики - оценка отчета -дифференцированный зачет
Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - оценка процесса - оценка результатов - оценка дневника производственной практики - оценка отчета -дифференцированный зачет