

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.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта					
УП.01.01	Учебная практика, Коммуникация с заказчиком	1	2	72	Зачет с оценкой

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): 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной 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 учебной 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом реализации программы учебной 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Код ПК	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающих формирование ПК	Объем часов
		Раздел 1. Вводный	
		Цели и задачи практики. Вводный инструктаж	2
		Инструктаж по технике безопасности	2
		Раздел 2. Коммуникация с заказчиком	
ПК1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы	Типы клиентов.	4
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Психология ведения переговоров. Старые и новые методы ведения переговоров	8
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Этапы переговоров.	10
		Текущий контроль. Собеседование по разделу	2
		Раздел 3. Клиентский бриф	
ПК1.2-1.4	Проводить анализ объема рынка. Проводить анализ конкурентов. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Содержание брифа. Преимущества. Варианты.	4
ПК 1.2	Проводить анализ объема рынка.	Общая характеристика предприятия	6
ПК 1.2	Проводить анализ объема рынка.	Продукты/услуги компании, их характеристика.	6
ПК1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы	Целевая аудитория	6
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.	Основные конкуренты	6
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Организация рекламной деятельности в организации	6
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Подготовка презентации заказчику	6

	кампаний, акций и мероприятий.		
		Текущий контроль. Собеседование по разделу	2
		Дифференцированный зачет по практике	2
		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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результаты	Основные показатели оценки результата
Определять целевую аудиторию и целевые группы	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника учебной практики; - журнал инструктажа по технике безопасности
Проводить анализ объема рынка.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника учебной практики; - отчета
Проводить анализ конкурентов.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника учебной практики; - отчета
Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника учебной практики; - отчета
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника учебной 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 учебной практики; - отчета
Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Оценка результатов выполненной комплексной практической работы: - дневника учебной 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 учебной практики; - отчета