

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа практики

Учебный план: №:25-02-1-5

Код, наименование
специальности, 42.02.01 Реклама, Планирование рекламных кампаний и продвижение
направленность: средствами цифровых технологий

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)	6	2	72	Зачет с оценкой

Санкт-Петербург
2025

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): Коняева А.С.
(Ф.И.О.)

Председатель цикловой
комиссии: _____
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.
(Ф.И.О.)

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Место практики в структуре основной образовательной программы

Учебная практика, выполнение дизайн-проекта входит в профессиональный модуль основной образовательной программы (ОП) 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 планируемые результаты

В ходе прохождения практики обучающийся должен освоить следующие компетенции.

1.2.1. Перечень компетенций

Код компетенций	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

1.2.2. Результаты прохождения практики

Иметь практический опыт	- создания и обработки графических и текстовых материалов с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - подборки творческих решений для планирования рекламной кампании с учетом инсайта; - разработки рекламных модулей для сети Интернет
Уметь	- формировать творческие идеи, инсайты и концепции для разработки рекламной кампании; - работать в конструкторе по созданию сайтов; - пользоваться онлайн-сервисами по созданию рекламного контента; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - подбирать и использовать визуальные идеи фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учётом Уникального Торгового Предложения (УТП); - подбирать оригинальный нейм и слоган; - определять и реализовывать оригинальные идеи для планирования рекламной кампании; - разрабатывать творческие идеи для рекламной кампании; - использовать специальные профессиональные сервисы для создания пакета рекламной продукции, размещения и продвижения в сети Интернет; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - обеспечивать качественное функционирование сайта
Знать	- особенности применения графических материалов рекламного характера; - мультимедийные технологии, применимые в рамках реализации стратегии рекламной / коммуникационной кампании; - виды визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации; - способы оформления текстовых и графических рекламных проектов; - элементы компьютерной графики и Интернет-возможности для разработки макетов рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения для продвижения торговой марки/бренда/организации; - требования к качественному функционированию сайтов; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Виды работ	Объем часов
1.	Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании.	6
2.	Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов.	8
3.	Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов.	8
4.	Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь).	22
5.	Разработка рекламных модулей для СМИ.	6
6.	Создание пакета рекламной продукции для заказчика.	8
7.	Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика.	6
8.	Выполнение работ по заказу руководителя практики	6
Зачет с оценкой		2
Всего:		72

3. УСЛОВИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет рекламных технологий, оснащенный оборудованием и технологическим оснащением рабочих мест:

стол, стул преподавательский;

стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе);

компьютер с лицензионным программным обеспечением (Microsoft Windows 10 Pro, Office Standard 2016, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign);

мультимедийный проектор; экран;

информационные стенды и шкафы для хранения

3.2. Информационное обеспечение реализации

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг: учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2026. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/153361.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>

б) дополнительная

1. Кульназарова, А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью: учебник для СПО / А. В. Кульназарова. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 143 с. — ISBN 978-5-4488-1602-4, 978-5-4497-2068-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128353.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. 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

3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1 Рекламный совет России[сайт]. — URL: <https://a-z.ru/assoc/osr/>

2. Ассоциация коммуникационных агентств России [сайт]. — URL: <https://akarussia.ru/>

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Обучающийся разрабатывает творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании; разрабатывает и формирует рекламные кампании, выход рекламы и проводит проверку результатов; разрабатывает рекламные модули с применением технических средств и программных продуктов; проводит разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/ бренда/ организации в сети Интернет	Отчет по практике, Теоретические вопросы
Хорошо	Обучающийся разрабатывает творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании; разрабатывает и формирует рекламные кампании, выход рекламы и проводит проверку результатов с последующими корректировками; разрабатывает рекламные модули с применением технических средств и программных продуктов; проводит разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/ бренда/ организации в сети Интернет с корректировками	
Удовлетворительно	Обучающийся с ошибками разрабатывает творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании; с ошибками разрабатывает и формирует рекламные кампании, выход рекламы и проводит проверку результатов; разрабатывает рекламные модули с применением технических средств и программных продуктов; проводит разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/ бренда/ организации в сети Интернет с ошибками	
Неудовлетворительно	Обучающийся не умеет разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании; не разрабатывает и не формирует рекламные кампании, выход рекламы и не проводит проверку результатов; не разрабатывает рекламные модули с применением технических средств и программных продуктов; не проводит разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/ бренда/ организации в сети Интернет	