

**КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа практики

Учебный план: №:26-02-1-5

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 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------------------|
| <b>ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b> |                                                 |                |               |                 |                                |
| УП.02.02                                                                                                                                       | Учебная практика, Проведение рекламной кампании | 5              | 1             | 36              | Зачет с оценкой                |

Санкт-Петербург  
2026

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): Углева Е.С.  
(Ф.И.О.)

Председатель цикловой  
комиссии: Углева Е.С.  
(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 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

### 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 2.2.         | Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах |

#### 1.2.2. Результаты прохождения практики

|                         |                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Иметь практический опыт | - предъявления планов рекламных кампаний заказчику                                                                                                                                                           |
| Уметь                   | - анализировать результаты стратегий при планировании рекламных кампаний;<br>- реализовывать концепции, которые включают общее представление обо всех мероприятиях, идеях и аргументациях рекламной кампании |
| Знать                   | - тенденции развития рекламной кампании;<br>- методики и инструменты для анализа результатов планирования рекламных кампаний                                                                                 |

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

| № п/п           | Виды работ                                                                                                                                                                                                         | Объем часов |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1.              | Вводный инструктаж по технике безопасности. Установка режима работы                                                                                                                                                | 2           |
| 2.              | Определение целей рекламной кампании для заданного (потенциального) заказчика                                                                                                                                      | 4           |
| 3.              | Составить план и график деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта в рекламной организации. Проанализировать работу с рекламой в средствах массовой информации рекламной организации | 6           |
| 4.              | Проанализировать и описать взаимодействие рекламной организации с субъектами рекламной деятельности                                                                                                                | 4           |
| 5.              | Оценка ситуации на рынке рекламы. Выявление потенциальных конкурентов                                                                                                                                              | 4           |
| 6.              | Проанализировать и составить план работы с субъектами рекламной деятельности                                                                                                                                       | 4           |
| 7.              | Подготовка презентации своего плана и анализа рынка                                                                                                                                                                | 4           |
| 8.              | Подготовка отчетной документации                                                                                                                                                                                   | 2           |
| Зачет с оценкой |                                                                                                                                                                                                                    | 6           |
| Всего:          |                                                                                                                                                                                                                    | 36          |

## 3. УСЛОВИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «проектирования рекламного продукта», 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;  
 мультимедийные средства обучения;  
 информационные стенды и шкафы для хранения

### 3.2. Информационное обеспечение реализации

#### 3.2.1 Учебная литература

##### а) основная

1. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586638>
2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589669>

##### б) дополнительная

1. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589914>
2. Бгашев, М. В. Основы менеджмента : учебник для СПО / М. В. Бгашев. — Саратов : Профобразование, 2026. — 500 с. — ISBN 978-5-4488-2879-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/158472.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Современный стратегический анализ : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Кузнецова, П. П. Крылатков, Т. А. Минеева, О. О. Подоляк ; под редакцией Е. Ю. Кузнецовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 129 с. — ISBN 978-5-4488-0458-8, 978-5-7996-2807-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/139612/details> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-1922-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/138133/details> — 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/>
3. Сайт Федеральной антимонопольной службы [сайт]. — URL: <https://fas.gov.ru/>
4. Сайт "Наука о рекламе"[сайт] — URL: <http://www.advertology.ru/>

## 4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ

| Шкала оценивания | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                    | Наименование оценочных средств ПА              |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Отлично          | Обучающийся демонстрирует профессиональный уровень управления рекламной кампанией и обеспечивает достижение запланированных результатов:<br>все этапы кампании реализуются в соответствии с календарным планом: подготовка материалов, | Теоретические вопросы<br><br>Отчет по практике |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|        | <p>согласования, запуск, оптимизация, завершение. Студент фиксирует отклонения, своевременно информирует куратора/заказчика и предлагает корректировки. Контрольные точки и вехи соблюдаются, отчётность предоставляется в установленные сроки.</p> <p>Все креативы (тексты, изображения, видео, баннеры и т. п.) соответствуют брифу, позиционированию и tone of voice, адаптированы под площадки и форматы. Отсутствуют ошибки, несоответствия фирменному стилю, нарушения технических требований (размеры, цветовые профили, вылеты, форматы файлов).</p> <p>Корректно настраивает рекламные кабинеты (Яндекс Директ, VK Реклама, Telegram Ads и др.): правильно задаёт таргетинги, UTM-метки, цели и события в аналитике, ставки и лимиты бюджетов. Настраивает ретаргетинг, сегменты аудиторий, A/B-тесты; соблюдает требования к маркировке рекламы и работе с персональными данными.</p> <p>Регулярно отслеживает ключевые метрики (CTR, CPC, CPA, конверсия, ROMI и др.), анализирует динамику, выявляет неэффективные связки «креатив + аудитория + канал». Оперативно перераспределяет бюджет, отключает слабые креативы, масштабирует успешные, фиксирует гипотезы и результаты тестов.</p> <p>Готовит промежуточные и итоговые отчёты: сводные таблицы по расходам и результатам, графики динамики, сравнение с планом, выводы и рекомендации. Интерпретирует данные, связывает результаты с бизнес-целями, предлагает дальнейшие шаги.</p> <p>Чётко и структурированно представляет результаты: от целей и плана к фактическим показателям и выводам. Уверенно аргументирует принятые решения, показывает влияние оптимизаций на KPI, прогнозирует развитие кампании</p> |  |
| Хорошо | <p>Обучающийся уверенно управляет ходом рекламной кампании, достигает основных целей, но допускает отдельные недочёты:</p> <p>в целом соблюдает календарный план, но возможны незначительные задержки на отдельных этапах либо не всегда своевременно фиксирует отклонения. Отчётность предоставляется с небольшими опозданиями или требует минимальных уточнений.</p> <p>Материалы в основном соответствуют брифу и требованиям площадок, но могут быть мелкие недочёты: неидеальная адаптация под мобильные форматы, незначительные расхождения в стиле, 1–2 не критичные ошибки.</p> <p>Настройка выполнена корректно, UTM-разметка и цели в аналитике присутствуют, но не все возможности инструментов использованы (например, не настроены все сегменты ретаргетинга или не запущены A/B-тесты по всем ключевым параметрам).</p> <p>Отслеживает основные метрики, проводит базовую оптимизацию (перераспределение бюджета, отключение слабых креативов), но глубина анализа могла бы быть выше: не все</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                     | <p>гипотезы протестированы, не все узкие места выявлены.</p> <p>Отчёты содержат основные показатели и выводы, визуализация уместна, но могла бы быть более наглядной или аналитичной (например, больше сравнений по периодам, сегментам, каналам).</p> <p>Студент логично представляет результаты, уверенно отвечает на типовые вопросы, но в дискуссионных моментах аргументация менее гибкая: не все альтернативные сценарии и риски рассмотрены</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |
| Удовлетворительно   | <p>Обучающийся владеет базовыми навыками проведения рекламной кампании, но реализация требует существенной доработки и постоянного контроля:</p> <p>план соблюдается фрагментарно: возможны задержки, несвоевременное информирование о проблемах, отсутствие фиксации отклонений. Отчётность нерегулярна, требует дополнительных запросов.</p> <p>Материалы частично соответствуют брифу: встречаются несоответствия стилю, ошибки, нарушения технических требований площадок. Адаптация под форматы выполнена минимально, возможны проблемы с отображением на мобильных устройствах.</p> <p>Базовые настройки выполнены, но есть ошибки или упущения: неполная UTM-разметка, некорректно заданные цели, неточная настройка аудиторий. A/B-тесты и ретаргетинг либо не настроены, либо реализованы формально.</p> <p>Мониторинг ведётся нерегулярно, оптимизация поверхностная (например, только перераспределение бюджета без анализа причин низкой эффективности). Гипотезы слабо проработаны, результаты тестов не фиксируются системно.</p> <p>В отчётах представлены отдельные метрики без комплексного анализа, выводы общие и слабо подкреплены данными. Визуализация минимальна либо неинформативна.</p> <p>Презентация неструктурирована, логика подачи нарушена. При защите студент отвечает на простые вопросы, но затрудняется аргументировать решения, не видит альтернативных подходов и не может объяснить влияние действий на KPI</p> |  |
| Неудовлетворительно | <p>Обучающийся не освоил ключевые навыки проведения рекламной кампании и не способен обеспечить её результативность:</p> <p>календарный план не соблюдается, отклонения не фиксируются, куратор/заказчик не информируется о проблемах. Отчётность отсутствует либо предоставляется формально, без фактических данных.</p> <p>Материалы не соответствуют брифу и техническим требованиям: ошибки, стилистические несоответствия, нарушение форматов, проблемы с отображением. Использование материалов в кампании невозможно или неэффективно.</p> <p>Настройки выполнены с грубыми ошибками либо не выполнены: отсутствуют UTM-метки, некорректно заданы цели и аудитории, не</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | <p>соблюдены требования законодательства (маркировка, персональные данные). A/B-тесты, ретаргетинг и другие инструменты не используются.</p> <p>Мониторинг не ведётся либо проводится формально, оптимизация отсутствует. Студент не умеет интерпретировать метрики и принимать управленческие решения на основе данных.</p> <p>Отчёты не содержат необходимых данных, выводы не подкреплены цифрами, терминология используется неточно. Визуализация отсутствует либо не несёт смысловой нагрузки.</p> <p>Студент не может обосновать ни одно из принятых решений, не отвечает на базовые вопросы, не понимает логики проведения рекламной кампании, отраслевых стандартов и требований площадок</p> |  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|