

1920

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИСПО

 Н. Хлопова

«23» мая 2025 г.



Рабочая программа практики

УП. Учебная практика

42.02.01 Реклама

Квалификация специалист по рекламе

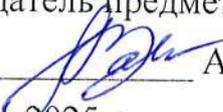
Краснодар 2025

Рабочая программа практики УП. Учебная практика разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 22.08.2023 № 74908), Положения о практической подготовке обучающихся, утвержденного приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 5 августа 2020 г. №885/390 (зарегистрирован в Минюсте России от 11 сентября 2020 г. № 59778).

Составитель: преподаватель  Потапенко Оксана Викторовна
подпись ФИО

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и Реклама протокол № 11 от «20» мая 2025 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии:

 А.Н. Завгородняя
«20» мая 2025 г.

Рецензент (-ы):

<p>Директор ООО Event PR агентство «Игры разума»</p>	<p></p>	<p>Полищук Владимир Владимирович</p>
<p>Директор ООО «Ок пресс»</p>	<p></p>	<p>Крайних Ирина Геннадьевна</p>

ОГЛАВЛЕНИЕ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	3
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	4
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	28
6. ПРИЛОЖЕНИЕ. Образцы отчетных документов	31

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1 Место учебной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС (утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 21.07.2023 № 552) по специальности по среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) и реализуется в рамках профессионального модуля:

учебная практика:

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

1.2. Количество часов, отводимое на учебную практику:

всего –144 часа, (4 недели) – 4 семестр.

УП.01.01 – (ПМ 01) 36 часов, (1 неделя)

УП.02.01 – (ПМ 02) 36 часов, (1 неделя)

УП.03.01 – (ПМ 03) 36 часов, (1 неделя)

УП.01.04 – (ПМ 04) 36 часов, (1 неделя)

1.3. Формы проведения практики

Обучающиеся с целью приобретения умений и навыков практической работы проходят практику по профессиональным модулям в рекламных агентствах г. Краснодара и Краснодарского края, а также в подразделениях маркетинга и рекламы различных организаций и предприятий.

Практика проводится в дискретной форме: по видам практик – путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

Промежуточная аттестация по каждому виду практики – дифференцированный зачет.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом ПМ 01, ПМ 02, ПМ 03, ПМ 04 является освоение общих компетенций:

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 3	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 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
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Результатом ПМ 01 является освоение профессиональных компетенций:

ПК 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы
ПК 1.2	Проводить анализ объема рынка
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов
ПК 2.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Результатом ПМ 02 является освоение профессиональных компетенций:

ПК 2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах

Результатом ПМ 03 является освоение профессиональных компетенций:

ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

Результатом ПМ 04 является освоение профессиональных компетенций:

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

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

3.1. Объем и виды практики по специальности 42.02.01 Реклама

Вид практики		Количество часов	Форма проведения
Учебная		Ту	
Модуль ПМ.01	УП.01.01	36	Концентрированная
Модуль ПМ.02	УП.02.01	36	Концентрированная
Модуль ПМ.03	УП.03.01	36	Концентрированная
Модуль ПМ.04	УП.04.01	36	Концентрированная
Вид аттестации: дифференцированный зачет			

В соответствии с ФГОС СПО

3.2. Содержание практики

3.2.1. Содержание учебной практики по профессиональному модулю

Цель учебной практика ПМ 01, ПМ 02, ПМ 03, ПМ 04

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта, реализуется в рамках профессиональных модулей образовательной программы по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика предусмотрена календарным учебным графиком в рамках профессиональных модулей специальности.

Главной целью учебной практики является:

- комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности 42.02.01 Реклама, формирование общих и профессиональных компетенций, - приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности 42.02.01 Реклама.

Задачи учебной практики:

- знакомство с основами будущей профессиональной деятельности;
- знакомство с предприятием, прохождение инструктажа по технике безопасности;
- ознакомление с должностными инструкциями в рамках кадровой позиции практиканта;
- анализ основных аспектов управленческой и профессиональной деятельности предприятия в соответствии с изученными профессиональными модулями;
- приобретение обучающимися практических навыков, знаний и умений для самостоятельной работы;
- выработка навыков создания обзоров научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов для профессиональной деятельности.

С целью овладения указанными видами профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы учебной практики должен в рамках ПМ:

ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

МДК.01.01 Поведение потребителей;

МДК.01.02 Маркетинг в рекламе;

знать:

- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
- аудиторию различных средств рекламы;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;

- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;
- методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;
- отраслевую терминологию;
- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
- структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основы маркетинга;
- принципы выбора каналов коммуникации;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций

уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;
- уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;
- производить качественные аналитические исследования рынка;
- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;
- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;
- преобразовывать требования заказчика в бриф.

иметь практический опыт:

- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- проведения анализа рынка;
- проведения качественных аналитических исследований рынка;
- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования;
- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций мероприятий

МДК.02.01 Организацию и проведение рекламных и коммуникационных кампаний

МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг

знать:

- методику рекламного планирования;
- инструменты рекламного планирования;
- систему маркетинговых коммуникаций;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- принципы выбора каналов коммуникации;
- аудиторию различных средств рекламы;
- отраслевую терминологию;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;
- принципы стратегического и оперативного планирования PR;
- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;
- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;
- принципы функционирования современных социальных медиа;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;
- логику и структуру плана рекламной кампании;
- логику и структуры медиаплана;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании

уметь:

- определять ключевые цели рекламной кампании;
- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей PR;
- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения;
- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
- определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки;
- определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач;
- определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории);
- определять эффективность хода PR и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
- учитывать мнение заказчика при планировании PR;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций;
- составлять полнофункциональные брифы на PR с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;

- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;
- создавать план PR с учетом поставленных целей и задач;
- осуществлять медиапланирование;
- определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета;
- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;
- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;
- использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.

иметь практический опыт:

- планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

МДК.03.01 Цифровой маркетинг

МДК.03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды

знать:

- типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
- способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

уметь:

- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;

- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирование сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- учитывать мнение заказчика при планировании PR;
- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы;
- создавать оригинальные и стильные логотипы;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
- разрабатывать элементы фирменного стиля и PR с учетом пожеланий и профиля заказчика;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

иметь практический опыт:

- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
- подбора и использования оффер;
- разработки рекламной кампании в сети Интернет;
- определения структуры и базовых принципов рекламного сообщения;
- реализации рекламной кампании в сети Интернет.

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта

МДК.04.03 Производство рекламного продукта

знать:

- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- технические средства создания визуального контента;
- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;
- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

уметь:

- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;
- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообществе;

- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
 - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
 - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
 - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
 - конвертировать файлы в нужные форматы;
 - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
 - размещать рекламные материалы в социальных медиа;
 - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения.
 - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
 - обеспечивать качественное функционирование сайта;
 - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
 - создавать графические материалы рекламного характера;
 - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
 - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;
 - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
 - создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
 - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
 - повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты публикации в социальных сетях.

иметь практический опыт:

- фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);
- поиска и подбора оригинального нейма и слогана;
- определения оригинальной идеи для рекламной кампании;
- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК;
- оформления текстовых и графических документов;
- оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;
- создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопро젝тов объекта коммуникации, рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы.

3.2.2. Содержание учебной практики

4 семестр (4 недели)

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
МДК.01.01 Поведение потребителей		
ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ПК.1.4	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики. и требованиями к отчету по итогам практики. Постановка целей, задач прохождения учебной практики, решение организационных вопросов прохождения практики; проведения инструктажа по охране труда, техники безопасности и пожарной безопасности	8
	Идентифицировать методы маркетинговых исследований, применяемые в конкретных организациях (компаниях). Находить и интерпретировать результаты маркетинговых исследований организаций, размещенные в открытом доступе в интернете. Формулировать вопросы, касающиеся методики и алгоритмов планирования и проведения маркетинговых исследований.	
МДК.01.02 Маркетинг в рекламе		
ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ПК.1.4	Понимать техническое задание на проведение маркетинговых исследований. Выявлять и характеризовать целевые аудитории по заданному объекту. Определять нишу заданного объекта, основных конкурентов проводить первоначальный конкурентный анализ Пользоваться программными средствами обработки и представления эмпирического материала прикладных исследований. Определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий анализировать содержание и объем работы, проделанной в период учебной практики. Фиксировать в отчете по практике процесс и результаты выполненных задач.	28
Итого		36
МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний		
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных	Анализ потребительских свойств рекламируемого товара. Анализ состояния рынка. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя). Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании.	24

<p>ых кампаний, акций и мероприятий ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.2.1, ПК.2.2</p>	<p>Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы. Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей. Составить план творческих работ. Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы. Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта. Составить план-график проведения рекламной кампании. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет). Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта.</p>	
МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг		
<p>ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.2.1, ПК.2.2</p>	<p>Четко сформулируйте цели рекламной кампании. Проанализируйте рынок и деятельность конкурентов. Определите целевую аудиторию, ее запросы и поведенческие характеристики. Определитесь с оптимальными площадками размещения и форматами рекламы, а также с длительность PR-кампаний. Установите KPI. Распределите или сформируйте бюджет. Следите за эффективным выполнением медиаплана. Изучить виды медиабаинга рекламных ресурсов: покупка эфирного времени на радиоканале; покупка площадей наружной рекламы; покупка рекламных мест в печатных изданиях; баинг рекламных площадок в интернете.</p>	12
Итого		36
МДК.03.01 Цифровой маркетинг		
<p>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3</p>	<p>Определение целей цифрового маркетинга. Определение целевой аудитории. Подбор маркетинговых каналов и тактик. Разработка и оптимизация контента и сообщений для каждого канала. Измерение кампаний по ключевым метрикам. Преимущества цифрового маркетинга. Расширение охвата. Покупательский опыт клиентов в Интернете, через разные цифровые каналы. Точный таргетинг. С помощью SEO-оптимизации и стратегии для соцсетей – продвижение бренда. Гибкость и тактика цифрового маркетинга. Простота измерений. Каналы digital-маркетинга. Интернет-сайт. (соцсети, тематические сайты и форумы, рассылка по смс/e-mail и т.д.).</p>	12
МДК.03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды		

<p>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3</p>	<p>Интернет как отдельная движущая сила в маркетинговых коммуникациях. Роль интернета в маркетинге. Контекстная и баннерная интернет-реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Соцсети и интернет как средство маркетинговых коммуникаций. Вирусный маркетинг.</p>	24
Итого		36
МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта		
<p>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3</p>	<p>Анализ фирменного стиля компании и её конкурентов. Шрифт. Цветовая палитра. Логотип. Носители фирменного стиля. Композиционное решение. Разработка логотипа для заказчика/компании. Выбор и обоснование фирменного шрифта, фирменных цветов. Разработка фирменного паттерна. Разработка дизайна рекламной афиши/плаката для заказчика/компании. Разработка фирменного бланка для заказчика/компании.</p>	12
МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта		
<p>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3</p>	<p>Обзор и анализ рекламной продукции, разработка творческой концепции. Разработка названия и слогана для заказчика/рекламного продукта/компании. Разработка имиджа компании/рекламного продукта/персоны. Разработка творческой концепции рекламы в Интернете для заказчика/компании. Продвижение в социальных сетях. Контекстная реклама. Составление медиаплана.</p>	12

МДК.04.03 Производство рекламного продукта		
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3	Выбор фирменных носителей: полиграфия, сувенирная продукция, наружная реклама и др. Создание макетов. Разработка фирменного бейджа для заказчика/компании. Работа в институте с руководителем практики - формирование отчета, формирование портфолио производственной практики. Предоставление дневника, отчета по практике и защита работы с использованием презентации.	12
Итого		36
Итого		144

Студенты, вышедшие на практику, допускаются к выполнению работы только при наличии отметки о прохождении инструктажей по охране труда и пожарной безопасности. Проведение всех видов инструктажей фиксируется в специальном журнале с обязательными подписями получившего и проводившего инструктаж

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению учебной практики модуля ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04

Реализация программы УП.01.01, УП.02.01, УП.03.01, УП.04.01 предполагает наличие учебных кабинетов.

Имеются учебно-методические комплексы по всем профессиональным модулям.

Освоение обучающимися профессиональных модулей обеспечивается в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательной организации или в организациях.

Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов);

технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО);

демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов).

Кабинет:

- экономики и менеджмента

Лаборатория:

- информатики и вычислительной техники

- методический

Методическое обеспечение:

- персональные компьютеры для выполнения практических заданий;

- комплект электронных изданий учебной и методической литературы;

- комплекты бланков технологической документации;

- комплект учебно-методической документации;

- мультимедийное оборудование;

- лицензионное программное обеспечение.

Необходимое оборудование и технологическое оснащение рабочих мест в организациях или на предприятиях для проведения УП.01.01, УП.02.01, УП.03.01, УП.04.01

Реализация программы учебной практики по профилю специальности 42.02.01 Реклама и освоение обучающимися профессиональных модулей обеспечивается в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательной организации.

Практика проводится в дискретной форме: – путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени для проведения учебной практики.

4.2. Информационное обеспечение организации и проведения учебной и производственной практики

- Операционная система Microsoft Windows 10;
- Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;
- Система автоматизированного проектирования (САПР) NanoCad (данное программное обеспечение фирмой Нанософт распространяется бесплатно для учебных учреждений);
- GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Krita – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Inkscape – свободно распространяемый векторный графический редактор, используемый для создания и обработки векторной графики (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- 7-zip GNU Lesser General Public License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- K-Lite Codec Pack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView – программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно)

4.2.1. Основная литература

1. Божко, А. Н. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop : учебное пособие : [16+] / А. Н. Божко. – 2-е изд., испр. – Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. – 320 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428970> (дата обращения: 14.05.2025). – Текст : электронный.
2. Бошно, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Бошно. — Москва : Издательство Юрайт, 2015. — 533 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5354-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/385131> (дата обращения: 14.05.2025).
3. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 543 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19928-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561050> (дата обращения: 14.05.2025).
4. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560265> (дата обращения: 14.05.2025).
5. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие / под редакцией В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 224 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/97268> (дата обращения: 14.05.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.2.2 Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/482662> (дата обращения: 16.05.2025).
2. Ахтямова, С. С. Программа CorelDRAW. Основные понятия и принципы работы : учебное пособие / С. С. Ахтямова, А. А. Ефремова, Р. Б. Ахтямов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Казанский национальный исследовательский технологический университет. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2014. — 112 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=427713> (дата обращения: 16.05.2025). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-7882-1553-2. — Текст : электронный.
3. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/401548> (дата обращения: 16.05.2025).

Нормативные правовые акты Российской Федерации. Кодексы

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая: ГК : текст с изменениями и дополнениями на 31 октября 2024 года : принят Государственной Думой 21 октября 1994 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997—. — Загл. с титул. экрана.
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть вторая: ГК: текст с изменениями и дополнениями на 13 декабря 2024 года: принят Государственной Думой 22 октября 1995 года // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. — Москва, 1997—. — Загл. с титул. экрана.

3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть третья: ГК: текст с изменениями и дополнениями на 8 августа 2024 года : принят Государственной Думой 1 ноября 2001 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

4. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть четвертая: ГК: текст с изменениями и дополнениями на 22 июля 2024 года : принят Государственной Думой 24 ноября 2006 года : одобрен Советом Федерации 8 декабря 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

5. Российская Федерация. Законы. Земельный кодекс Российской Федерации: ЗК : текст с изменениями и дополнениями на 20 марта 2025 года : принят Государственной Думой 28 сентября 2001 года : одобрен Советом Федерации 10 октября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

Федеральные законы

1. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции: Федеральный закон № 135-ФЗ: текст с изменениями и дополнениями от 14 октября 2024 года: принят Государственной Думой 8 июля 2006 года: одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

2. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей: Закон РФ № 2300-1: текст с изменениями и дополнениями от 8 августа 2024 года: принят 7 февраля 1992 года // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

3. Российская Федерация. Законы. О рекламе: Федеральный закон № 38-ФЗ: текст с изменениями и дополнениями от 26 декабря 2024 года: принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года: одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года //

КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

4. Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации: Закон РФ № 2124-1: текст с изменениями и дополнениями от 23 ноября 2024 года: принят 27 декабря 1991 года // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

5. Российская Федерация. Законы. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон № 149-ФЗ: текст с изменениями и дополнениями от 23 ноября 2024 года: принят Государственной Думой 8 июля 2006 года: одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

Нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации

1. О федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы (вместе с "Положением о федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы") : в редакции от 29 декабря 2021 года : Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2021 года № 1073 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

2. Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе: в редакции от 13 февраля 2025 года: Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2004 года № 331 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

3. Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: в редакции от 7 мая 2022 года: Постановление Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти

1. Об утверждении перечня нормативных правовых актов в сфере организации деятельности средств массовой информации и распространения массовой

информации, содержащих обязательные требования, подлежащих оценке применения в 2024 году : Приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 23 ноября 2023 года № 1014 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

2. Об утверждении Порядка подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе «О рекламе» : Приказ Федеральной антимонопольной службы от 1 июня 2015 года № 405/15 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

Нормативные правовые акты Краснодарского края

1. Градостроительный кодекс Краснодарского края: текст с изменениями и дополнениями от 13 февраля 2025 года : принят Законодательным Собранием Краснодарского края 16 июля 2008 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

2. Об утверждении Порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Краснодар: в редакции от 28 января 2021 года: Решение городской Думы Краснодара от 25 апреля 2013 года № 47 п. 4 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

Государственные стандарты

1. ГОСТ Р 52044-2003. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения : государственный стандарт : утвержден и введен в действие Постановлением Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 апреля 2003 г. № 124-ст : введен впервые : дата введения 2005–09–01 / разработан Государственным предприятием «РОСДОРНИИ», Главным управлением государственной инспекции безопасности дорожного движения Службы общественной безопасности Министерства

внутренних дел России и Научно-исследовательским центром Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел России // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

4.2.3. Периодические издания

1. Искусство и образование: журнал
2. Юный художник: журнал
3. Русское искусство: журнал

4.2.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Электронная библиотека Научной библиотеки КубГУ

<http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>

Электронный каталог

Поступления литературы в библиотеки филиалов

Поступления диссертаций и авторефератов

Статьи из периодики и научных сборников с 2016 г.

Статьи из периодики и научных сборников до 2016 г.

Газеты и журналы

Электронная библиотека трудов ученых КубГУ

Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru/>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. Образовательная платформа «Юрайт» <https://urait.ru/>
4. ЭБС «ZNANIUM» <https://znanium.ru/>
5. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
6. ЭБ ОИЦ «Академия» <https://academia-moscow.ru/elibrary/>

Профессиональные базы данных

1. Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки (РГБ)
<https://ldiss.rsl.ru/>
2. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>
3. Базы данных компании «ИВИС» <https://eivis.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (НЭБ)
<http://www.elibrary.ru/>
5. МИАН. Полнотекстовая коллекция математических журналов
<http://www.mathnet.ru>
6. Полнотекстовая коллекция журналов на платформе РЦНИ (Электронные версии научных журналов РАН) <https://journals.rcsi.science/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
8. Электронная библиотечная система социо-гуманитарного знания «SOCHUM» <https://sochum.ru/>

Информационные справочные системы

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Базы данных открытого доступа

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>;
2. Лекториум ТВ - видеолекции ведущих лекторов России
<http://www.lektorium.tv/>
3. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
4. Портал «Образование на русском»: Проект Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина <https://pushkininstitute.ru/>
5. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» <http://gramota.ru/>
6. Словари и энциклопедии на Академике <http://dic.academic.ru/>

Базы данных КубГУ

1. Открытая среда модульного динамического обучения КубГУ
<https://openedu.kubsu.ru/>

2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://infoneeds.kubsu.ru/>
3. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

Перечень методических рекомендаций, дополнительной литературы

4.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов является важнейшей формой учебно-познавательного процесса.

Основная цель самостоятельной работы студента при прохождении практики - закрепить теоретические знания, полученные в ходе изучения дисциплин, а также сформировать практические навыки подготовки в области создания и реализации рекламного продукта.

Самостоятельная работа студента в процессе прохождения практики включает:

- изучение основной и дополнительной литературы;
- изучение установленных программой вопросов (конспектирование);
- работу с электронными учебными ресурсами;
- изучение материалов периодической печати, интернет ресурсов;
- подготовку к выполнению практических заданий на практике,
- выполнение установленных программой заданий по практике,
- изучение передового опыта профессиональной деятельности, связанного с данной практикой.

4.4. Общие требования к организации учебной практики

Сроки проведения учебной практики устанавливаются учебным заведением с учетом возможностей учебно-производственных лабораторий учебного заведения, предприятий, учреждений, организаций и не должна превышать объемы времени, предусмотренные Государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников на учебную практику.

Формирование баз практик осуществляется администрацией учебного заведения.

Студенты при прохождении учебной практики обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- подчиняться действующим правилам трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать правила и нормы охраны труда, пожарной безопасности и производственной санитарии;
- нести ответственность за выполненную работу и ее результаты.

На основе рабочей программы по учебной практике учебными заведениями разрабатываются рабочие планы прохождения практики. Рабочие планы разрабатываются преподавателями профилирующего цикла с указанием сроков и мест прохождения практики, утверждаются предметными (цикловыми) комиссиями, согласовываются и утверждаются директором учебного заведения.

Продолжительность рабочего дня студентов на учебно-вспомогательных объектах учебного заведения составляет шесть академических часов. Студенты, направленные на практику, должны иметь конкретное задание, составленное руководителем практики или руководителем-преподавателем, а также рабочий план прохождения практики.

Общее руководство практикой возлагается на руководителя практики.

Руководители практики от учебных заведений:

- несут личную ответственность за проведение практики;
- составляют рабочие программы практики, графики;
- разрабатывают тематику индивидуальных заданий и проверяют их выполнение, оказывают студентам методическую помощь;
- организуют обучение студентов до начала практики правилам техники безопасности, с проверкой их знаний в области охраны труда и пожарной безопасности;
- предоставляет места практики, обеспечивающие наибольшую эффективность ее прохождения;
- обеспечивают выполнение практики в соответствии с программой;

- предоставляют студентам возможность пользоваться литературой, технической документацией.
- осуществляют контроль за рациональностью использования рабочего времени студентов в период практики и выполнения программы практики;
- оказывают методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий в подборе материалов;
- оценивают результаты выполнения практикантами программы практики;
- осуществляют постоянный контроль за ходом и организацией практики.

Форма отчетности студентов по учебной практике определяется учебным заведением. Оценка практики приравнивается к оценкам теоретического обучения и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Студенты, имеющие академическую задолженность, не допускаются к учебной практике. Итогом практики (учебной) на получение профессиональных первичных умений и навыков является оценка, выставленная на основании текущего и итогового контроля работы студентов, и на основании которой образовательное учреждение определяет возможность присвоения квалификационных разрядов по рабочей профессии (при наличии соответствующей лицензии).

Студенты, не выполнившие без уважительных причин требования практики по профилю специальности или получившие отрицательную характеристику, отчисляются из учебного заведения. В случае уважительной причины студенты направляются учебным заведением на практику в свободное от учебы время.

4.5. Кадровое обеспечение организации и проведения учебной практики

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой в образовательном учреждении:

Руководство учебной практики осуществляют преподаватели. Преподаватели должны иметь высшее профессиональное образование по профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется преподавателем-руководителем практики в форме проверки и защиты отчетов по учебной практике, проводимой в рамках профессионального модуля ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04

По завершению изучения междисциплинарных курсов и прохождения учебной практики по ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04 обучающийся сдает дифференцированный зачет по профессиональному модулю.

5.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (модули) практика	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ПК.1.4	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике
2	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.2.1, ПК.2.2	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике
3	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике
4	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		
ПК1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы	Умение определять целевую аудиторию и целевые группы.	Экспертная оценка выполнения практических заданий. Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов разделов.
ПК1.2 Проводить анализ объема рынка	Умение проводить анализ объема рынка	
ПК1.3 Проводить анализ конкурентов	Умение проводить анализ конкурентов	
ПК1.4 Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Умение осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
ПК2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Умение проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Экспертная оценка выполнения практических заданий. Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов разделов.
ПК2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Умение предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		
ПК3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Умение разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Экспертная оценка выполнения практических заданий. Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов разделов.
ПК3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Умение разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	
ПК3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Умение проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		

ПК4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	Умение разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	Экспертная оценка выполнения практических заданий. Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов разделов.
ПК4.2 Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	Умение разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	
ПК4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	Умение проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверить у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК.1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умение выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения профессионального модуля. Экспертная оценка выполнения практических заданий. Моделирование практической ситуации. Посещение баз практики, беседы с руководителями от предприятий. Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета.
ОК.2 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умение использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
ОК.3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умение 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.4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умение 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	Умение осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	

ОК.6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умение проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	
ОК.7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных	Умение содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных	
ОК.9 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умение пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	

6. ПРИЛОЖЕНИЕ. Образцы отчетных документов

Формы документов, предусмотренные Положением о практике студентов, обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО «КубГУ» и его филиалах:

- направление;
- индивидуальный план работы, индивидуальные задания;
- отчет по практике;
- портфолио;
- аттестационный лист и характеристика;

разрабатываются самостоятельно с учетом специфики специальности и баз прохождения практики.

Примерные формы вышеперечисленных документов помещены в приложениях.

Приложение 1
Направление на практику № _____

Обучающийся _____ курса _____
фамилия, имя, отчество
 отделения _____ согласно приказу ректора КубГУ от «___» _____
 20___ г. № _____, договор между _____
 _____ и
 _____ № _____ от
 _____ направляется в _____
 в распоряжение _____.
наименование предприятия
 для прохождения _____ практики
вид практики
 по специальности _____
код и наименование специальности
 сроком с «___» _____ г. по «___» _____ г.
 Зам. директора по учебной работе _____ Ф.И.О.
подпись
 Руководитель практики (куратор) _____ Ф.И.О.
подпись
 М.П.

3. Сведения о предприятии, организации, учреждении

Место прохождения практики:

Полное наименование предприятия, организации, учреждения _____

Юридический адрес предприятия, организация, учреждения _____

Руководитель предприятия, организации, учреждения _____

(должность, Ф.И.О, телефон)

Руководитель практики от организации

Должность _____

Ф.И.О. _____

Телефон _____

4. Инструктаж по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности, правила внутреннего трудового распорядка *

Наименование и характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж от предприятия, организации, учреждения (Ф.И.О, должность)	Подпись студента-практиканта
Вводный инструктаж (охрана труда, техника безопасности, пожарная безопасность, правила внутреннего трудового распорядка)			
Повторный инструктаж по технике безопасности на рабочем месте			
Повторный инструктаж, связанный с переменной рабочего места			

* Раздел является обязательным

5. Сведения о выполненной работе

Дата	Виды деятельности	Выполненная работа	Продолжительность в часах

Руководитель практики от ИНСПО _____

Руководитель от предприятия, организации, учреждения _____

М.П.

Приложение 3
План-график
прохождения учебной, производственной, преддипломной практики

Вид практики: _____
(учебная, производственная, преддипломная)

Наименование ПМ: _____
(индекс и наименование практики указать по учебному плану)

Специальность: _____
(код, наименования)

Студент: _____
(Ф.И.О.)

Курс _____ группа _____

Тема выпускной квалификационной работы _____

(только для преддипломной практики)

№ п\п	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Кол-во часов, отведенных на выполнение
1.		
2.		
3.		
...		

Руководитель практики от ИНСПО _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Задание принято к исполнению

« _____ » _____ 20__ г. _____
(подпись) (Ф.И.О. студента)

Приложение 4

Отчет по учебной/производственной/преддипломной практике

студента _____

(Ф.И.О.)

группы _____ курса _____

специальности _____

(код, наименование)

(наименование предприятия, организации, учреждения)

Отчет содержит следующие разделы:

1. Сведения о конкретной работе, выполненной студентом в период практики в соответствии с заданиями на практику.
2. Краткое описание базы практики:
 - 1) адрес, название предприятия/организации/учреждения;
 - 2) наименование подразделений;
 - 3) штатное расписание;
 - 4) перечень документации профессионального назначения по подразделениям;
 - 5) перечень оборудования, перечень программного обеспечения.
3. Выводы и предложения.

Руководитель практики от ИНСПО _____ (Ф.И.О.)

Руководитель (предприятия, организации, учреждения) _____ (Ф.И.О.)

М.П.

Примечание: отчет может быть дополнен графическими, аудио-, фото-, видеоматериалами или представлен в виде компьютерной презентации.

Приложение 5

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Институт среднего специального образования
АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

(Ф.И.О. студента)

Обучающийся на ___ курсе, группа ___ по специальности 00.00.00 _____
прошел производственную (учебную) практику по
профессиональному модулю ПМ.00 _____ в объеме 00 часов (0 недель), с
« ___ » _____ 201 ___ г. по « ___ » _____ 201 ___ г.

Виды и качество выполнения работ

№ п/п	Наименования ПК	Вид работы, выполненных обучающимся во время практики	Уровень освоения компетенций (оценка)
1.	ПК 0.0*		
2.	...		
3.	<i>Итоговая оценка уровня освоения обучающимся профессиональных компетенций**</i>		

Руководитель учебной, производственной, преддипломной практики от филиала, должность _____ Ф.И.О.

(подпись)

Руководитель практики от организации, должность _____ Ф.И.О.

(подпись)

М.П.

* - оценивается уровень освоения компетенций. Если в результате выполнения соответствующего вида работ осваивается несколько компетенций, то в таблице каждая компетенция отображается отдельной строкой с указанием вида работы по компетенции и проставлением соответствующей оценки. Оценки за освоение одной конкретной компетенции должны совпадать вне зависимости от вида работ.

** - итоговая оценка определяется как среднее арифметическое оценок, полученных за освоение каждой компетенции, со стандартным округлением.

При оценивании компетенций используются следующие критерии

Критерии оценки компетенций	Оценка
обучающийся не овладел оцениваемыми компетенциями, не раскрывает сущность поставленной проблемы. Не умеет применять теоретические знания в решении практической ситуации. Допускает ошибки в принимаемом решении, в работе с нормативными документами, неуверенно обосновывает полученные результаты. Материал излагается нелогично, бессистемно, недостаточно грамотно	2
обучающийся освоил 60-69% оцениваемых компетенций, показывает удовлетворительные знания основных вопросов программного материала, умения анализировать, делать выводы в условиях конкретной ситуационной задачи. Излагает решение проблемы недостаточно полно, непоследовательно, допускает неточности. Затрудняется доказательно обосновывать свои суждения.	3
обучающийся освоил 70-89% оцениваемых компетенций, умеет применять теоретические знания и полученный практический опыт в решении практической ситуации. Умело работает с нормативными документами. Умеет аргументировать свои выводы и принимать самостоятельные решения, но допускает отдельные неточности, как по содержанию, так и по умениям, навыкам работы с нормативно правовой документацией.	4
обучающийся освоил 90-100% оцениваемых компетенций, умение связывать теорию с практикой, применять полученный практический опыт, анализировать, делать выводы, принимать самостоятельные решения в конкретной ситуации, высказывать и обосновывать свои суждения. Демонстрирует умение вести беседы, консультировать граждан, выходить из конфликтных ситуаций. Владеет навыками работы с нормативными документами. Владеет письменной и устной коммуникацией, логическим изложением ответа	5

Приложение 6

ИНСТИТУТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Отчет руководителя практики

Специальность _____

(код и наименование специальности)

Курс _____ Группа _____ Кол-во студентов в группе _____

Вид практики:(учебная, производственная, преддипломная) _____

Сроки прохождения практики: _____

Руководитель практики от ИНСПО: _____
(Ф.И.О.)

Статистическая справка

База практики (полное наименование) Реквизиты договора (№, дата заключения, срок действия)	Кол-во студ. в подгруппе практикантов	Итоговая оценка уровня усвоения обучающимися профессиональных компетенций (из аттестационного листа) (кол-во, Ф.И.О.)				Не явились (Ф.И.О., причина)
		5	4	3	2	
ИТОГО						

Вывод: все студенты выполнили задание по практике и ВКР (для преддипломной практики).

Руководитель практики от ИНСПО _____ (Ф.И.О.)

К отчету руководителя практики необходимо приложить:

- Договоры с базами практики (по реестру).

Реестр договоров КубГУ (ИНСПО) с базами практик по специальностям СПО

Специальность (код и наименование специальности)	Наименование базы практики	Реквизиты договора (№, дата заключения)	Срок действия договора (в годах)

- Документацию на каждого студента (титульный лист, направление на практику (копия), задания на практику, задание на ВКР (на преддипломную практику), аттестационный лист, дневник практики, отчет о практике, характеристика на практиканта.

Примечание:

Направление на практику подписывает зам.директора по учебной работе ИНСПО, руководитель практики от ИНСПО.

Задания на практику подписывает руководитель практики от ИНСПО, студент-практикант.

Аттестационный лист, отчет, характеристику, дневник практики подписывает руководитель организации, или учреждения (или лицо, назначенное быть ответственным за практику), руководитель практики от ИНСПО

Приложение 7

ХАРАКТЕРИСТИКА профессиональной деятельности обучающегося

(В характеристике отмечается качество выполнения обучающимся задания практики, отношение к работе, уровень освоения общих компетенций, дисциплинированность и другие качества, проявленные практикантом в период практики, а также недостатки в подготовке обучающегося, замечания и пожелания обучающемуся.)

Руководитель учебной (производственной)
практики от филиала, должность,
Ф.И.О.

(подпись)

Руководитель учебной (производственной)
практики от организации, должность,
Ф.И.О.

(подпись)

Рецензия

Рабочая программа практики УП. Учебная практика разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальностям среднего профессионального образования (далее СПО) гуманитарного профиля (реклама 42.02.01), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 21.07.2023 № 552 (зарегистрирован в Минюсте России 22.08.2023 N 74908), для студентов специальности 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования Кубанского государственного университета
Организация-разработчик: ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» (Институт среднего профессионального образования).

Автор: О.В. Потапенко.

Данная программа представляет собой структуру, в которой представлены все необходимые элементы, требуемые образовательным стандартом среднего профессионального образования.

Программа содержит следующие элементы: титульный лист, паспорт (указана область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы). Сформулированы цели и задачи, определено ее место в структуре ФГОС СПО, перечислены общекультурные и профессиональные компетенции, формируемые у студентов в результате прохождения всех видов практик. Указаны разделы, темы, краткое содержание курса, виды подготовки, форма организации, количество часов УП учебной практики. Структура программы представлены в табличной форме.

Обозначены условия реализации программы (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы); контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Перечень компетенций (ОК и ПК) содержит все компетенции, указанные в тексте ФГОС СПО.

Таким образом, рецензируемая программа УП учебной практики, соответствует требованиям, предъявляемым к учебным программам ФГОС СПО, и может быть рекомендована для использования в процессе преподавания для студентов направления подготовки 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования Кубанского государственного университета.

Рецензент:

Директор ООО Event PR агентство
«Игры разума»

15.05.2025



Полищук В.В.

Рецензия

Рабочая программа практики УП. Учебная практика разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальностям среднего профессионального образования (далее СПО) гуманитарного профиля (реклама 42.02.01), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 21.07.2023 № 552 (зарегистрирован в Минюсте России 22.08.2023 N 74908), для студентов специальности 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования Кубанского государственного университета
Организация-разработчик: ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» (Институт среднего профессионального образования).

Автор: О.В. Потапенко.

Рецензируемая программа представляет собой структуру, в которой представлены все необходимые элементы, требуемые образовательным стандартом среднего профессионального образования.

Программа содержит следующие элементы: титульный лист, паспорт (указана область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы). Сформулированы цели и задачи, определено ее место в структуре ФГОС СПО, перечислены общекультурные и профессиональные компетенции, формируемые у студентов в результате прохождения всех видов практик. Указаны разделы, темы, краткое содержание курса, виды подготовки, форма организации, количество часов производственной (по профилю специальности) практики. Структура программы представлены в табличной форме.

Обозначены условия реализации программы (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы); контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Перечень компетенций (ОК и ПК) содержит все компетенции, указанные в тексте ФГОС СПО.

Достоинством рецензируемой программы представляется сочетание разнообразных форм работы студентов. В интерактивных и практических видах деятельности студенты развивают свои коммуникативные навыки, накапливают необходимый опыт, приобретают специальные компетенции.

Таким образом, рецензируемая программа учебной (по профилю специальности) практики, соответствует требованиям, предъявляемым к учебным программам ФГОС СПО, и может быть рекомендована для использования в процессе преподавания для студентов направления подготовки 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования Кубанского государственного университета.

Рецензент:

Директор ООО «Ок пресс»

15.05.2025



Крайних И.Г.