

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

«23» мая 2025 г.



И.И. Хлопова

Рабочая программа практики

ПП. Производственная практика (по профилю специальности)

42.02.01 Реклама

Квалификация специалист по рекламе

Краснодар 2025

Рабочая программа учебной дисциплины ПП. Производственная практика (по профилю специальности) разработана на основе требований 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 № 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).

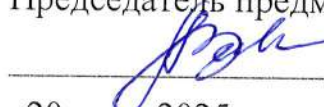
Составитель: преподаватель


подпись

Завгородняя Анастасия Николаевна
ФИО

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

Председатель предметно-цикловой комиссии:



Завгородняя А.Н.

«20» мая 2025 г.

Рецензенты:

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

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	4
1.1. Место производственной (по профилю специальности) практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.....	4
1.2. Количество часов, отводимое на производственную (по профилю специальности) практику.....	4
1.3. Формы проведения практик.....	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	8
3.1. Объем и виды практики по специальности 42.02.01 Реклама.....	8
3.2. Содержание практики.....	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ	18
4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению....	18
4.2. Общие требования к организации производственной практики.....	19
4.2. Кадровое обеспечение организации и проведения производственной практики.....	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23
5.1. Паспорт фонда оценочных средств.....	23
6. ПРИЛОЖЕНИЕ. Образцы отчетных документов	2424

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Место производственной (по профилю специальности) практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Рабочая программа производственной (по профилю специальности) практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 22.08.2023 № 74908) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) и реализуется в рамках профессиональных модулей.

Производственная практика (по профилю специальности):

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 производственную (по профилю специальности) практику:

производственная практика – 216 часов, (6 недель) – 5,6 семестр.

ПП.01.01.– 36 часов (1 неделя) – 5 сем.

ПП.02.01.– 72 часа (2 недель) – 5 сем.

ПП.03.01.– 36 часов (1 неделя) – 6 сем.

ПП.04.01.– 72 часа (2 недель) – 6 сем.

1.3. Формы проведения практик

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

Практика проводится в дискретной форме, путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени для проведения производственной практики (по профилю специальности).

Вид аттестации: дифференцированный зачет

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом **ПП.01.01** 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 ПП.02.01 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.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 **ПП.03.01** 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.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 **ПП.04.01** 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.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
Производственная (по профилю специальности)			
Модуль ПМ.01	ПП.01.01 (5 семестр)	36	Концентрированная
Модуль ПМ.02	ПП.02.01 (5 семестр)	72	Концентрированная
Модуль ПМ.03	ПП.03.01 (6 семестр)	36	Концентрированная
Модуль ПМ.04	ПП.04.01 (6 семестр)	72	Концентрированная
Вид аттестации: дифференцированный зачет			

3.2. Содержание производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04

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 KPI в пределах рекламного бюджета;
- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI;
- 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 видеопроектв 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 видеопроектв 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 видеопроектв объекта коммуникации, рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению производственной (по профилю специальности) практики модулей ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04

Реализация программы ПП.01.01, ПП.02.01, ПП.03.01, ПП.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 ПП.01.01, ПП.02.01, ПП.03.01, ПП.04.01. Освоение обучающимися профессиональных модулей обеспечивается в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательной организации или в организациях.

Реализация программы производственной практики (по профилю специальности) 42.02.01 Реклама предполагает наличие у образовательного учреждения договоров с базовыми предприятиями.

4.2. Общие требования к организации производственной практики (по профилю специальности)

Сроки проведения производственной практики (по профилю специальности) 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 производственной (по профилю специальности) практики.

Формирование баз практик осуществляется администрацией учебного заведения на основе прямых связей, договоров с предприятиями, учреждениями, независимо от форм собственности и принадлежности.

Студенты при прохождении производственной профессиональной практики на предприятии обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- подчиняться действующим на предприятии правилам внутреннего 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 производственной (по профилю специальности) практики учебными заведениями разрабатываются рабочие планы прохождения практики. Рабочие планы разрабатываются преподавателями профилирующего цикла с указанием сроков и мест прохождения практики на базовом предприятии, утверждаются предметными (цикловыми) комиссиями, согласовываются с руководством базового предприятия и утверждаются директором учебного заведения.

Продолжительность рабочего дня студентов на учебно-вспомогательных объектах учебного заведения составляет шесть академических часов, а на предприятиях в соответствии с действующим законодательством.

Студенты, направленные на практику должны иметь конкретное задание, составленное руководителем практики от предприятия или руководителем-преподавателем, а также рабочий план прохождения практики.

В период практики могут работать в качестве помощника специалиста по рекламе (менеджера по рекламе), при наличии вакантных должностей зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики. В случае несоответствия базы практики индивидуальному заданию студенты должны поставить в известность руководителя практики.

Общее руководство практикой на предприятии возлагается на руководителя предприятия, организации, заместителя или одного из ведущих специалистов, чем делается соответствующая запись в договоре.

Руководители практики от предприятия:

- несут личную ответственность за проведение практики;
- организуют практику в соответствии с программой;
- предоставляют места практики, обеспечивающие наибольшую эффективность ее прохождения;
- организуют обучение студентов до начала практики правилам техники безопасности, с проверкой их знаний в области охраны труда в установленном данном предприятии порядке;
- обеспечивают выполнение согласованных с учебным заведением графиков прохождения практики по структурным подразделениям предприятия;
- предоставляют студентам возможность пользоваться литературой, технической документацией.

Руководители практики от учебных заведений:

- устанавливают связь с руководителем практики от предприятия и совместно с ними составляют рабочие программы практики, графики, согласованные с руководителем практики от предприятия;
- разрабатывают тематику индивидуальных заданий и проверяют их выполнение, оказывают студентам методическую помощь;
- 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 производственной (по профилю специальности) 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 производственной (профессиональной) практике. Итогом практики по профилю специальности является оценка, которая выставляется руководителем практики от учебного заведения на основании наблюдений за самостоятельной работой практиканта, выполнения индивидуального задания, составленного в соответствии с программой практики, а также характеристики, составленной руководителем практики от предприятия. 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.

Студенты, не выполнившие программу практики, не допускаются к итоговой государственной аттестации, им выдается академическая справка об окончании теоретического обучения, которая служит документом для поступления на работу.

4.3. Кадровое обеспечение организации и проведения производственной практики (по профилю специальности)

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

Руководство производственной (по профилю специальности) практикой осуществляют преподаватели, а также работники предприятий/организаций, закрепленные за обучающимися. Преподаватели должны иметь высшее профессиональное образование по профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Организацию и руководство производственной (по профилю специальности) практикой осуществляют руководители практики от ИНСПО и от организации.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения производственной (по профилю специальности) практики осуществляется преподавателем-руководителем практики в форме проверки и защиты отчетов по учебной практике, проводимой в рамках профессиональных модулей ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04

По завершению изучения междисциплинарных курсов и прохождения производственной (по профилю специальности) практики, 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- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5	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- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике
3	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных	ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике

	технологий			
4	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике

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.

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.

Приложение 2
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования

ДНЕВНИК

ПРАКТИКИ

Вид практики: (учебная, производственная, преддипломная)

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

Специальность: _____
(код, наименование)

Квалификация выпускника _____

Студент _____
(Ф.И.О.)

Курс _____ **группа** _____

Тема выпускной квалификационной работы _____
(только для преддипломной практики)

1. Календарные сроки практики

По учебному плану с _____ 20 ____ г. по _____ 20 ____ г.

Дата прибытия на практику _____ 20 ____ г.

Дата выбытия с места практики _____ 20 ____ г.

2. Руководитель практики от Института среднего профессионального образования (ИНСПО)

Должность _____

Ф.И.О. _____

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, пожарная безопасность, 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 переменой 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

« ____ » _____ 201 ____ 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 Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения 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
«___» _____ 202__ г. по «___» _____ 202__ г.

Виды и качество выполнения работ

№ п/п	Наимено- вания 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

На рабочую программу ПП. **Производственная практика**, разработана для направления подготовки (специальности) 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа производственной практики для специальности 42.02.01 Реклама разработана на базе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО).

Структура программы определяет общий объем учебной нагрузки, включая максимальную учебную нагрузку, обязательную аудиторную работу (практические занятия) и самостоятельную работу студентов. Программа детализирует распределение учебного времени по темам, что способствует эффективному освоению материала. В программе указаны требования к материально-техническому обеспечению, информационному сопровождению и рекомендуемым учебным изданиям и интернет-ресурсам.

Программа акцентирует внимание на практических занятиях, способствующих развитию профессиональных навыков и творческих способностей студентов.

Рабочая программа полностью соответствует требованиям образовательного стандарта, учебным планам и основным образовательным программам (ООП) специальности.

Распределение учебных часов по темам курса обеспечивает эффективное использование времени и способствует качественному освоению материала.

Заключение: Рабочая программа производственной практики по специальности 42.02.01 Реклама соответствует всем установленным стандартам и требованиям. Она является важным элементом профессиональной образовательной программы и обеспечивает необходимые условия для подготовки квалифицированных специалистов в области рекламы. Программа может быть успешно использована для проведения производственной практики студентов.

Директор ООО Event PR
агентство «Игры разума»



В.В. Полищук

«20» мая 2025 г.

РЕЦЕНЗИЯ

На рабочую программу ПП «Производственная практика», разработанная для направления подготовки (специальности) 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа «Производственная практика» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама.

В структуре учебной дисциплины указан объем учебной дисциплины и виды учебной работы: максимальная учебная нагрузка, обязательная аудиторная учебная нагрузка, подразделенная на практические занятия и самостоятельную работу студентов.

Программа включает и условия реализации учебной дисциплины: требования к минимальному материально – техническому обучению, информационное обеспечение преподавания дисциплины и перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет – ресурсов, литературы.

Учебное время по темам курса распределено оптимально и направлено на совершенствование методики проведения занятий. Тематика практических заданий способствует развитию творческих способностей студентов.

Рабочая учебная программа дисциплины «Производственная практика» соответствует ФГОС СПО по направлению подготовки 42.02.01 Реклама, ООП и учебному плану указанного направления и обеспечивает условия для реализации современного уровня образовательного процесса.

Заключение:

Рабочая программа по ПП «Производственная практика» может быть использована для обеспечения профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Директор ООО «Ок пресс»



И.Г. Крайних

« 20 » мая 2025 г.