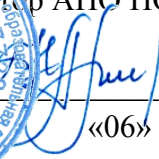


Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
"Московский колледж деловой карьеры"
(АНО ПОО «МКДК»)



УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО «МКДК»

 Л.В.Неврова
«06» марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УП.01 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа УП.01 Учебной практики профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	6
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.

1.2. Цели и задачи учебной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта по виду деятельности данного модуля для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения учебной практики

В результате освоения программы учебной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду деятельности

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Навыки:
		- выявления основных и второстепенных конкурентов;
		- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
		Умения:
		- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
		- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
	ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	- 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
		Навыки:
		- проведения анализа рынка;
		- проведения качественных аналитических исследований рынка;
		- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования
		Умения:
		- производить качественные аналитические исследования рынка

	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Навыки:
		- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Умения:
		- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи
		Навыки:
		- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения:
		- преобразовывать требования заказчика в бриф

1.4. Количество часов на освоение программы учебной практики

Индекс УП/ПП	Практика (учебная/производственная)	Курс	Сроки проведения / форма (семестр/количество недель/концентрированно, рассредоточено)	Объем часов
УП. 01	Учебная	2	4 семестр, 1 неделя. концентрированно	36

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы учебной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей, код и наименование МДК	Виды работ	Кол-во часов
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	1. Анализ рынка для бизнеса. 2. Анализ целевой аудитории. 3. Определение видов и методов исследований рынка. 4. Определение каналов коммуникации. 5. Определение основных этапов проведения исследования рынка. 6. Определение цели проекта, сроков реализации, бюджет, выделенного на реализацию проекта. Описания целевой аудитории, в соответствии с заданием и законом «О рекламе». 7. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка. 8. Сегментирование целевой аудитории.	30
		Оформление отчета по практике.	6
		Комплексный дифференцированный зачет	
		ВСЕГО	36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для практики необходимо наличие кабинета

- Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

Наличие лабораторий:

- Фото и видео студия

- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- ~ рабочие места по количеству обучающихся;
- ~ рабочее место преподавателя;
- ~ импульсные осветительные приборы;
- ~ штатив;
- ~ стойки для осветительных приборов;
- ~ набор фонов;
- ~ приспособления для крепления фонов;
- ~ софт-боксы (разных размеров),
- ~ рефлекторы;
- ~ софт-рефлектор;
- ~ отражатели (лайт-диски);
- ~ тубус;
- ~ комплект синхронизации;
- ~ цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- ~ комплект нормативно-правовых документов;
- ~ рекомендации по подготовке к занятиям по учебной практике;
- ~ рекомендации по составлению отчета по учебной практике;
- ~ задания для проведения занятий по учебной практике;
- ~ комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- ~ компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- ~ аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);
- ~ программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- ~ принтер.

Для реализации программы практики привлекаются предприятия (организации), осуществляющие рекламную деятельность, связанную с производством фото, видео, печатной рекламной продукции, с маркетинговой рекламной деятельностью, оснащенные специальным профессиональным компьютерным, программным, техническим оборудованием.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Требования к руководителям практики:

~ наличие высшего профессионального образования по специальностям рекламного направления, соответствующей профилю модулей «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»;

~ опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;

~ преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Заведующий практикой:

~ организует и руководит работой по созданию программ учебной практикой студентов по специальности 42.02.01 Реклама;

~ составляет график проведения и расписание практики, графики консультаций и доводит их до сведения преподавателей, студентов;

~ осуществляет методическое руководство и контроль деятельности лиц, участвующих в организации и проведении практики;

~ участвует в оценке общих и профессиональных компетенций студента, освоенных им в ходе прохождения учебной практики, проводимой на базе образовательного учреждения;

~ контролирует ведение документации по практике.

Преподаватель – руководитель учебной практики:

~ выдает задания на практику;

~ разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;

~ составляет календарно-тематическое планирование по своему этапу ведения учебной практики;

~ формирует группы в случае применения групповых форм проведения практики;

~ контролирует выполнение программы практики;

~ ведет мониторинг освоения компетенций;

~ проводит индивидуальные или групповые консультации в ходе практики;

~ осуществляет проведение промежуточной аттестации.

Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности:

~ наличие журнала по технике безопасности и пожарной безопасности;

~ проведение инструктажа перед выходом на учебную практику.

Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Барышев А.Ф., Маркетинг, учебник, 6-е издание – М., Академия, 2021г.

2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020г.

3. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021г. – 431 с.

4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва: Издательство Юрайт, 2021г. – 383 с.

5. Филипп Котлер, Маркетинг от А до Я, «Альпина Паблишер», 2020г.

Основные электронные издания

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.- 233 с. — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>.

2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510926>.

3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>.

Дополнительные источники

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
2. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru.
4. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru.
5. Сайт о новостях маркетинга и рекламы Sostav.ru.
6. Интернет-издание о бизнесе, инновациях, маркетинге и технологиях.
7. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России Akarussia.ru.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения учебной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, приобретенный первоначальный опыт работы по виду профессиональной деятельности)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	
- 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; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - производить качественные аналитические исследования рынка; - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи	- наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике; - оценка защиты отчета по учебной практике
Иметь практический опыт:	
- выявления основных и второстепенных конкурентов; - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования; - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций	- наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике; - оценка защиты отчета по учебной практике

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УП.02 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа УП.02 Учебной практики профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	6
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.2. Цели и задачи учебной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта по виду деятельности данного модуля для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения учебной практики

В результате освоения программы учебной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду деятельности

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки:
		- планирования системы маркетинговых коммуникаций
		Умения:
		- определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - 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 РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций

	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Навыки:
		- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения:
		- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК 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

1.4. Количество часов на освоение программы учебной практики

Индекс УП/ПП	Практика (учебная/производственная)	Курс	Сроки проведения / форма (семестр/количество недель/концентрированно, рассредоточено)	Объем часов
УП. 02	Учебная	2	4 семестр, 1 неделя. концентрированно	36

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы учебной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей, код и наименование МДК	Виды работ	Кол-во часов
ПК 2.1 ПК 2.2	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. 2. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 3. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. 4. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 5. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. 6. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. 7. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. 8. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 9. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 10. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях. 11. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.	30
		Оформление отчета по практике.	6
		Комплексный дифференцированный зачет	
		ВСЕГО	36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для практики необходимо наличие кабинета

- Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

Наличие лабораторий:

- Фото и видео студия

- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- ~ рабочие места по количеству обучающихся;
- ~ рабочее место преподавателя;
- ~ импульсные осветительные приборы;
- ~ штатив;
- ~ стойки для осветительных приборов;
- ~ набор фонов;
- ~ приспособления для крепления фонов;
- ~ софт-боксы (разных размеров),
- ~ рефлекторы;
- ~ софт-рефлектор;
- ~ отражатели (лайт-диски);
- ~ тубус;
- ~ комплект синхронизации;
- ~ цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- ~ комплект нормативно-правовых документов;
- ~ рекомендации по подготовке к занятиям по учебной практике;
- ~ рекомендации по составлению отчета по учебной практике;
- ~ задания для проведения занятий по учебной практике;
- ~ комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- ~ компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- ~ аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);
- ~ программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- ~ принтер.

Для реализации программы практики привлекаются предприятия (организации), осуществляющие рекламную деятельность, связанную с производством фото, видео, печатной рекламной продукции, с маркетинговой рекламной деятельностью, оснащенные специальным профессиональным компьютерным, программным, техническим оборудованием.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Требования к руководителям практики:

~ наличие высшего профессионального образования по специальностям рекламного направления, соответствующей профилю модулей «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»;

~ опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;

~ преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Заведующий практикой:

~ организует и руководит работой по созданию программ учебной практикой студентов по специальности 42.02.01 Реклама;

~ составляет график проведения и расписание практики, графики консультаций и доводит их до сведения преподавателей, студентов;

~ осуществляет методическое руководство и контроль деятельности лиц, участвующих в организации и проведении практики;

~ участвует в оценке общих и профессиональных компетенций студента, освоенных им в ходе прохождения учебной практики, проводимой на базе образовательного учреждения;

~ контролирует ведение документации по практике.

Преподаватель – руководитель учебной практики:

~ выдает задания на практику;

~ разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;

~ составляет календарно-тематическое планирование по своему этапу ведения учебной практики;

~ формирует группы в случае применения групповых форм проведения практики;

~ контролирует выполнение программы практики;

~ ведет мониторинг освоения компетенций;

~ проводит индивидуальные или групповые консультации в ходе практики;

~ осуществляет проведение промежуточной аттестации.

Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности:

~ наличие журнала по технике безопасности и пожарной безопасности;

~ проведение инструктажа перед выходом на учебную практику.

Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>.

2. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>.

3. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513928>.

Дополнительные источники

1. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год.

2. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

Нормативные документы

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).

Периодические издания

1. Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

2. Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

Интернет-ресурсы

1. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/.

2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>.

3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/>.

4. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>.

5. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/.

6. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru.

7. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>.

8. Сайт о рекламном рынке adindex.ru.

9. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru.

10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения учебной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, приобретенный первоначальный опыт работы по виду профессиональной деятельности)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	
- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций; - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; - определять ключевые цели рекламной кампании; - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; - определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; - осуществлять медиапланирование; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;	- наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике; - оценка защиты отчета по учебной практике

- учитывать мнение заказчика при планировании РК; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; доводить информацию заказчика до ЦА; определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач	
Иметь практический опыт: - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций	наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике; - оценка защиты отчета по учебной практике

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УП.03 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа УП.03 Учебной практики профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	10
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

1.2. Цели и задачи учебной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта по виду деятельности данного модуля для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения учебной практики

В результате освоения программы учебной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду деятельности

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Навыки:
		- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет
		Умения:
		- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Навыки:
		- подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет

		Умения: - 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 РК
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Навыки: - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет

		Умения: - 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 РК 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
--	--	---

1.4. Количество часов на освоение программы учебной практики

Индекс УП/ПП	Практика (учебная/производственная)	Курс	Сроки проведения / форма (семестр/количество недель/концентрированно, рассредоточено)	Объем часов
УП. 03	Учебная	3	5 семестр, 1 неделя. концентрированно	36

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы учебной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Код и наименование профессиональных модулей, код и наименование МДК	Виды работ	Кол-во часов
ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	1. Запуск стандартных таргетингов и медийной рекламы. 2. Маркировка интернет-рекламы. 3. Медиапланирование. 4. Проектирование сайтов и посадочных страниц. 5. Проектирование сообществ в социальной сети ВКонтакте. 6. Проработка аудитории и офферов. 7. Проработка воронки продаж. 8. Работа с брифом и анализ конкурентов. 9. Работа с оператором рекламных данных.	30
		Оформление отчета по практике. Комплексный дифференцированный зачет	6
		ВСЕГО	36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для практики необходимо наличие кабинета

- Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

Наличие лабораторий:

- Фото и видео студия

- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- ~ рабочие места по количеству обучающихся;
- ~ рабочее место преподавателя;
- ~ импульсные осветительные приборы;
- ~ штатив;
- ~ стойки для осветительных приборов;
- ~ набор фонов;
- ~ приспособления для крепления фонов;
- ~ софт-боксы (разных размеров),
- ~ рефлекторы;
- ~ софт-рефлектор;
- ~ отражатели (лайт-диски);
- ~ тубус;
- ~ комплект синхронизации;
- ~ цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- ~ комплект нормативно-правовых документов;
- ~ рекомендации по подготовке к занятиям по учебной практике;
- ~ рекомендации по составлению отчета по учебной практике;
- ~ задания для проведения занятий по учебной практике;
- ~ комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- ~ компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- ~ аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);
- ~ программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- ~ принтер.

Для реализации программы практики привлекаются предприятия (организации), осуществляющие рекламную деятельность, связанную с производством фото, видео, печатной рекламной продукции, с маркетинговой рекламной деятельностью, оснащенные специальным профессиональным компьютерным, программным, техническим оборудованием.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Требования к руководителям практики:

~ наличие высшего профессионального образования по специальностям рекламного направления, соответствующей профилю модулей «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»;

~ опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;

~ преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Заведующий практикой:

~ организует и руководит работой по созданию программ учебной практикой студентов по специальности 42.02.01 Реклама;

~ составляет график проведения и расписание практики, графики консультаций и доводит их до сведения преподавателей, студентов;

~ осуществляет методическое руководство и контроль деятельности лиц, участвующих в организации и проведении практики;

~ участвует в оценке общих и профессиональных компетенций студента, освоенных им в ходе прохождения учебной практики, проводимой на базе образовательного учреждения;

~ контролирует ведение документации по практике.

Преподаватель – руководитель учебной практики:

~ выдает задания на практику;

~ разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;

~ составляет календарно-тематическое планирование по своему этапу ведения учебной практики;

~ формирует группы в случае применения групповых форм проведения практики;

~ контролирует выполнение программы практики;

~ ведет мониторинг освоения компетенций;

~ проводит индивидуальные или групповые консультации в ходе практики;

~ осуществляет проведение промежуточной аттестации.

Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности:

~ наличие журнала по технике безопасности и пожарной безопасности;

~ проведение инструктажа перед выходом на учебную практику.

Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2019. – № 1. – С. 8-15.
3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.
4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.
5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 269 с.
6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.
8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
9. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.
10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/.
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>.
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>.
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>.
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru.
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru.
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru.
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>.

9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/.
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения учебной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, приобретенный первоначальный опыт работы по виду профессиональной деятельности)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать поисковые системы интернета - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - конвертировать файлы в нужные форматы; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - определять эффективные офферы; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - повышать информационную наглядность сайтов; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;	- наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике; - оценка защиты отчета по учебной практике

- преобразовывать требования заказчика в бриф; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - учитывать мнение заказчика при планировании РК	
Иметь практический опыт:	
- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - подбора и использования оффера; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет; - разработки рекламной кампании в сети Интернет; - реализации рекламной кампании в сети Интернет; - структуры и базовых принципов рекламного сообщения	- наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике; - оценка защиты отчета по учебной практике

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УП.04 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа УП.04 Учебной практики профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

1.2. Цели и задачи учебной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта по виду деятельности данного модуля для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения учебной практики

В результате освоения программы учебной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду деятельности

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Навыки: - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) поиска и подбора оригинального нейма и слогана
		Умения: - 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-сообщество
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	Навыки: - определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК
		Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на

		уникальность/оригинальность
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Навыки: - 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 рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы Умения: - 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; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях

1.4. Количество часов на освоение программы учебной практики

Индекс УП/ПП	Практика (учебная/производственная)	Курс	Сроки проведения / форма (семестр/количество недель/концентрированно, рассредоточено)	Объем часов
УП. 04	Учебная	3	5 семестр, 2 недел4. концентрированно	72

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы учебной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей, код и наименование МДК	Виды работ	Кол-во часов
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	1. Определение основных функций и элементов системы корпоративной идентичности. 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет. 3. Проектирование комплекса креативной рекламы. 4. Проектирование наружной рекламы и транзитной рекламы. 5. Проектирование печатной рекламы. 6. Проектирование рекламы в онлайн среде. 7. Создание комплекса информационной рекламы на основе единого графического стиля.	66
		Оформление отчета по практике. Комплексный дифференцированный зачет	6
		ВСЕГО	72

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для практики необходимо наличие кабинета

- Дизайна и макетирования рекламной продукции, брендинга и бренд-менеджмента.

Наличие лабораторий:

- Фото и видео студия

- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- ~ рабочие места по количеству обучающихся;
- ~ рабочее место преподавателя;
- ~ импульсные осветительные приборы;
- ~ штатив;
- ~ стойки для осветительных приборов;
- ~ набор фонов;
- ~ приспособления для крепления фонов;
- ~ софт-боксы (разных размеров),
- ~ рефлекторы;
- ~ софт-рефлектор;
- ~ отражатели (лайт-диски);
- ~ тубус;
- ~ комплект синхронизации;
- ~ цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- ~ комплект нормативно-правовых документов;
- ~ рекомендации по подготовке к занятиям по учебной практике;
- ~ рекомендации по составлению отчета по учебной практике;
- ~ задания для проведения занятий по учебной практике;
- ~ комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- ~ компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- ~ аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);
- ~ программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- ~ принтер.

Для реализации программы практики привлекаются предприятия (организации), осуществляющие рекламную деятельность, связанную с производством фото, видео, печатной рекламной продукции, с маркетинговой рекламной деятельностью, оснащенные специальным профессиональным компьютерным, программным, техническим оборудованием.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Требования к руководителям практики:

~ наличие высшего профессионального образования по специальностям рекламного направления, соответствующей профилю модулей «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»;

~ опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;

~ преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Заведующий практикой:

~ организует и руководит работой по созданию программ учебной практикой студентов по специальности 42.02.01 Реклама;

~ составляет график проведения и расписание практики, графики консультаций и доводит их до сведения преподавателей, студентов;

~ осуществляет методическое руководство и контроль деятельности лиц, участвующих в организации и проведении практики;

~ участвует в оценке общих и профессиональных компетенций студента, освоенных им в ходе прохождения учебной практики, проводимой на базе образовательного учреждения;

~ контролирует ведение документации по практике.

Преподаватель – руководитель учебной практики:

~ выдает задания на практику;

~ разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;

~ составляет календарно-тематическое планирование по своему этапу ведения учебной практики;

~ формирует группы в случае применения групповых форм проведения практики;

~ контролирует выполнение программы практики;

~ ведет мониторинг освоения компетенций;

~ проводит индивидуальные или групповые консультации в ходе практики;

~ осуществляет проведение промежуточной аттестации.

Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности:

~ наличие журнала по технике безопасности и пожарной безопасности;

~ проведение инструктажа перед выходом на учебную практику.

Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2021. - 288 с.
2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2019. - 312 с.
3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 с.
4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2019. - 637 с.
5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2020. - 138 с.
6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 с.
7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2021. - 252 с.
8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.
9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 277 с.
10. Келби С., Цифровая фотография.Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт-Петербург; Киев., 2020.
11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2020.
12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 204 с.
13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662с.
14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 с.
15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.
16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.
17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 с.
18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383с.
19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 с.
20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 с.

21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 с.
22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.
23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 с.
24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 с.
25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 с.
26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 с.
27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2020.
28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2020.
29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., -М 2020.
30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2019.

Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/.
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>.
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>.
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>.
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru.
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru.
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru.
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>.
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/.
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.

17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».
18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
19. Уроки от Prophotos.
20. Советы от Digital Camera World.
21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
22. Photonet learning — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. Photomanual — доступно о фотографии.
24. ВАРР — уроки по мобильной фотографии
25. Библиотека книг по фотографии.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения учебной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, приобретенный первоначальный опыт работы по виду профессиональной деятельности)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	
- доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать поисковые системы интернета; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - конвертировать файлы в нужные форматы; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - 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; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;	наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике; оценка защиты отчета по учебной практике

- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - создавать графические материалы рекламного характера; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа	
Иметь практический опыт:	
- определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - оформления текстовых и графических документов; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы; - поиска и подбора оригинального нейма и слогана	наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике; - оценка защиты отчета по учебной практике

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПП.01 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа ПП.01 Производственной практики профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.

1.2. Цели и задачи производственной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта по виду деятельности данного модуля для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения производственной практики

В результате освоения программы производственной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду деятельности.

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Навыки:
		- выявления основных и второстепенных конкурентов;
		- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
		Умения:
		- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
		- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
	ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	- 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
		Навыки:
		- проведения анализа рынка;
		- проведения качественных аналитических исследований рынка;
		- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования
		Умения:
		- производить качественные аналитические исследования рынка

	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Навыки:
		- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Умения:
		- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи
		Навыки:
		- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения:
		- преобразовывать требования заказчика в бриф

1.4. Количество часов на освоение программы производственной практики

Индекс УП/ПП	Практика (учебная/производственная)	Курс	Сроки проведения / форма (семестр/количество недель/концентрированно, рассредоточено)	Объем часов
ПП. 01	Производственная	2	4 семестр, 1 неделя. концентрированно	36

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план производственной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей, код и наименование МДК	Виды работ	Кол-во часов
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	1. Анализ состава рынка. 2. Подготовка плана проведения рекламной кампании. 3. Проведение сегментирования на рынке. 4. Разработка ключевых рекламных решений. 5. Разработка плана проведения исследований потребителей. 6. Разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.	30
		Комплексный дифференцированный зачет	6
		ВСЕГО	36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для практики необходимо наличие кабинета

- Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

Наличие лабораторий:

- Фото и видео студия

- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- ~ рабочие места по количеству обучающихся;
- ~ рабочее место преподавателя;
- ~ импульсные осветительные приборы;
- ~ штатив;
- ~ стойки для осветительных приборов;
- ~ набор фонов;
- ~ приспособления для крепления фонов;
- ~ софт-боксы (разных размеров),
- ~ рефлекторы;
- ~ софт-рефлектор;
- ~ отражатели (лайт-диски);
- ~ тубус;
- ~ комплект синхронизации;
- ~ цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- ~ комплект нормативно-правовых документов;
- ~ рекомендации по подготовке к занятиям по производственной практике;
- ~ рекомендации по составлению отчета по производственной практике;
- ~ задания для проведения занятий по производственной практике;
- ~ комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- ~ компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- ~ аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);
- ~ программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- ~ принтер.

Производственная практика проводится в организациях, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия на основании договоров о практической подготовке, заключаемых между Колледжем и каждой профильной организацией, куда направляются обучающиеся.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Производственная практика проводится концентрированно.

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Руководство производственной практикой осуществляют педагогические работники, а также работники организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющие стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Педагогические работники должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

4.4. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Барышев А.Ф., Маркетинг, учебник, 6-е издание – М., Академия, 2021г.
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020г.
3. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021г. – 431 с.
4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва: Издательство Юрайт, 2021г. – 383 с.
5. Филипп Котлер, Маркетинг от А до Я, «Альпина Паблишер», 2020г.

Основные электронные издания

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.- 233 с. — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>.
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст:

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510926>.

3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>.

Дополнительные источники

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
2. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru.
4. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru.
5. Сайт о новостях маркетинга и рекламы Sostav.ru.
6. Интернет-издание о бизнесе, инновациях, маркетинге и технологиях.
7. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России Akarussia.ru.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения производственной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

	планирование повышения квалификации	
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 07	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

	- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса	
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 1.1	- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 1.2	- полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 1.3	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 1.4	- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

	рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов	
--	---	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПП.02 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа ПП.02 Производственной практики профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.2. Цели и задачи производственной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта по виду деятельности данного модуля для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения производственной практики

В результате освоения программы производственной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду деятельности.

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки:
		- планирования системы маркетинговых коммуникаций
		Умения:
		- определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - 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 РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций

	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Навыки:
		- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения:
		- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК 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

1.4. Количество часов на освоение программы производственной практики

Индекс УП/ПП	Практика (учебная/производственная)	Курс	Сроки проведения / форма (семестр/количество недель/концентрированно, рассредоточено)	Объем часов
ПП. 02	Производственная	2	4 семестр, 1 неделя. концентрированно	36

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план производственной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей, код и наименование МДК	Виды работ	Кол-во часов
ПК 2.1 ПК 2.2	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1. Проведение анализа стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях: - определение видов используемой в кампании рекламы; - проведение анализа и корректировки маркетинговой стратегии предприятия; - создание коммуникационной стратегии предприятия; - определение бизнес-целей; - определение целей и задач рекламной кампании; - определение портрета целевой аудитории; - составление брифа на проведение рекламной кампании; - разработка плана рекламной кампании; - расчет рекламного бюджета; - определение каналов продвижения; - составление медиаплана размещения рекламы; - определение методов оценки эффективности рекламной/коммуникационной кампании. 2. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия. 3. Разработка презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. 4. Защита презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. 5. Определение рекламного бюджета. 6. Прогноз и расчёт бюджета в Яндекс Директ. 7. Использование платформы ВК Реклама для получения аналитических и статистических данных.	30
		Комплексный дифференцированный зачет	6
		ВСЕГО	36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для практики необходимо наличие кабинета

- Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

Наличие лабораторий:

- Фото и видео студия

- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- ~ рабочие места по количеству обучающихся;
- ~ рабочее место преподавателя;
- ~ импульсные осветительные приборы;
- ~ штатив;
- ~ стойки для осветительных приборов;
- ~ набор фонов;
- ~ приспособления для крепления фонов;
- ~ софт-боксы (разных размеров),
- ~ рефлекторы;
- ~ софт-рефлектор;
- ~ отражатели (лайт-диски);
- ~ тубус;
- ~ комплект синхронизации;
- ~ цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- ~ комплект нормативно-правовых документов;
- ~ рекомендации по подготовке к занятиям по производственной практике;
- ~ рекомендации по составлению отчета по производственной практике;
- ~ задания для проведения занятий по производственной практике;
- ~ комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- ~ компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- ~ аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);
- ~ программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- ~ принтер.

Производственная практика проводится в организациях, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия на основании договоров о практической подготовке, заключаемых между Колледжем и каждой профильной организацией, куда направляются обучающиеся.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Производственная практика проводится концентрированно.

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Руководство производственной практикой осуществляют педагогические работники, а также работники организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющие стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Педагогические работники должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

4.4. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>.

2. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>.

3. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513928>.

Дополнительные источники

1. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год.
2. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

Нормативные документы

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).

Периодические издания

1. Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.
2. Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

Интернет-ресурсы

1. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/.
2. Ассоциация коммуникационных агентств России:
<http://www.akarussia.ru/>.
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение:
<http://www.iaa.ru/>.
4. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>.
5. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/.
6. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru.
7. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>.
8. Сайт о рекламном рынке [adindex.ru](http://www.adindex.ru).
9. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru.
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности:
<http://www.cprrd.ru/>.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения производственной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования;	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

	- осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 07	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

	- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса	
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 2.1	- адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы;	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 2.2	- качество анализа рынка и целевой аудитории; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПП.03 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа ПП.03 Производственной практики профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	10
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

1.2. Цели и задачи производственной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта по виду деятельности данного модуля для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения производственной практики

В результате освоения программы производственной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду деятельности.

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Навыки:
		- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Умения:
		- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет
		Навыки:
		- подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет

		Умения: - 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 РК
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Навыки: - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет

		Умения: - 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 РК 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
--	--	---

1.4. Количество часов на освоение программы производственной практики

Индекс УП/ПП	Практика (учебная/производственная)	Курс	Сроки проведения / форма (семестр/количество недель/концентрированно, рассредоточено)	Объем часов
ПП. 03	Производственная	3	6 семестр, 2 недели. концентрированно	72

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план производственной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей, код и наименование МДК	Виды работ	Кол-во часов
ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	1. Анализ целевой аудитории. 2. Запуск сообществ в социальной сети ВКонтакте. 3. Запуск сообщества в мессенджере. 4. Настройка систем веб-аналитики. 5. Проработка позиционирования, УТП, оффера. 6. Работа с конверсионными элементами сайта. 7. Распространение контента на внутренних и внешних ресурсах. 8. Создание и редактирование сайтов и посадочных страниц. 9. Создание рекламных кампаний в Яндекс. Директе.	66
		Комплексный дифференцированный зачет	6
		ВСЕГО	72

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для практики необходимо наличие кабинета

- Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

Наличие лабораторий:

- Фото и видео студия

- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- ~ рабочие места по количеству обучающихся;
- ~ рабочее место преподавателя;
- ~ импульсные осветительные приборы;
- ~ штатив;
- ~ стойки для осветительных приборов;
- ~ набор фонов;
- ~ приспособления для крепления фонов;
- ~ софт-боксы (разных размеров),
- ~ рефлекторы;
- ~ софт-рефлектор;
- ~ отражатели (лайт-диски);
- ~ тубус;
- ~ комплект синхронизации;
- ~ цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- ~ комплект нормативно-правовых документов;
- ~ рекомендации по подготовке к занятиям по производственной практике;
- ~ рекомендации по составлению отчета по производственной практике;
- ~ задания для проведения занятий по производственной практике;
- ~ комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- ~ компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- ~ аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);
- ~ программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- ~ принтер.

Производственная практика проводится в организациях, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия на основании договоров о практической подготовке, заключаемых между Колледжем и каждой профильной организацией, куда направляются обучающиеся.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Производственная практика проводится концентрированно.

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Руководство производственной практикой осуществляют педагогические работники, а также работники организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющие стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Педагогические работники должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

4.4. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2019. – № 1. – С. 8-15.
3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.
4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.
5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 269 с.

6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.
8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
9. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.
10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/.
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>.
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>.
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>.
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru.
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru.
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru.
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>.
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/.
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения производственной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации.	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 3.1	- определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

	поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;	
ПК 3.2	- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 3.3	- участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы.	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПП.04 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа ПП.04 Производственной практики профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	7
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	9
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

1.2. Цели и задачи производственной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта по виду деятельности данного модуля для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения производственной практики

В результате освоения программы производственной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду деятельности.

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Навыки: - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) поиска и подбора оригинального нейма и слогана
		Умения: - 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-сообщество
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	Навыки: - определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК
		Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на

		уникальность/оригинальность
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Навыки: - 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 рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы Умения: - 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; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях

1.4. Количество часов на освоение программы производственной практики

Индекс УП/ПП	Практика (учебная/производственная)	Курс	Сроки проведения / форма (семестр/количество недель/концентрированно, рассредоточено)	Объем часов
ПП. 04	Производственная	3	6 семестр, 1 неделя. концентрированно	36

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план производственной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей, код и наименование МДК	Виды работ	Кол-во часов
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	1. Выбор оптимальных средств рекламы. 2. Использование векторных инструментов программе Adobe Photoshop. 3. Использование растровой графики. Программа Adobe Photoshop. 4. Производство рекламной продукции. 5. Разработка брифа. 6. Разработка и создание дизайна рекламной продукции. 7. Создание Web сайта. 8. Создание видео контента. 9. Создание имиджевой фотографией, 11. фотосессия предметов потребления. 12. Создание самопрезентации.	30
		Комплексный дифференцированный зачет	6
		ВСЕГО	36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для практики необходимо наличие кабинета

- Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

Наличие лабораторий:

- Фото и видео студия

- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- ~ рабочие места по количеству обучающихся;
- ~ рабочее место преподавателя;
- ~ импульсные осветительные приборы;
- ~ штатив;
- ~ стойки для осветительных приборов;
- ~ набор фонов;
- ~ приспособления для крепления фонов;
- ~ софт-боксы (разных размеров),
- ~ рефлекторы;
- ~ софт-рефлектор;
- ~ отражатели (лайт-диски);
- ~ тубус;
- ~ комплект синхронизации;
- ~ цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- ~ комплект нормативно-правовых документов;
- ~ рекомендации по подготовке к занятиям по производственной практике;
- ~ рекомендации по составлению отчета по производственной практике;
- ~ задания для проведения занятий по производственной практике;
- ~ комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- ~ компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- ~ аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);
- ~ программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- ~ принтер.

Производственная практика проводится в организациях, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия на основании договоров о практической подготовке, заключаемых между Колледжем и каждой профильной организацией, куда направляются обучающиеся.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Производственная практика проводится концентрированно.

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Руководство производственной практикой осуществляют педагогические работники, а также работники организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющие стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Педагогические работники должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

4.4. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2021. - 288 с.
2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2019. - 312 с.
3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 с.
4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2019. - 637 с.
5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2020. - 138 с.
6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 с.
7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2021. - 252 с.
8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.

9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 277 с.
10. Келби С., Цифровая фотография. Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт-Петербург; Киев., 2020.
11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2020.
12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 204 с.
13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662с.
14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 с.
15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.
16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.
17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 с.
18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383с.
19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 с.
20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 с.
21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 с.
22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.
23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 с.
24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 с.
25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 с.
26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 с.
27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2020.
28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2020.

29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., -М 2020.

30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2019.

Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/.
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>.
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>.
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>.
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru.
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru.
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru.
8. Рекламный сайт «Advertising.ru»: <http://www.advertising.ru>.
9. Сайт «Advertology.ru»: www.advertology.ru/.
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».
18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
19. Уроки от Prophotos.
20. Советы от Digital Camera World.
21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
22. Photonet learning — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. Photomanual — доступно о фотографии.
24. ВАМР — уроки по мобильной фотографии
25. Библиотека книг по фотографии.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения производственной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

	заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 06	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ПК 4.2	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

	и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики	
ПК 4.3	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; - степень достижения - поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность	- оценка результатов деятельности при выполнении работ на различных этапах производственной практики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

по специальности: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа преддипломной практики разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 № 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 7498).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	16
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	26

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения рабочей программы преддипломной практики

Рабочая программа преддипломной практики входит в состав ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама. Преддипломная практика является одним из завершающих этапов подготовки, проводится после освоения студентом всей программы теоретического обучения и предназначена для сбора материалов, необходимых для выполнения дипломной работы.

Программа разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цели и задачи преддипломной практики

Преддипломная практика направлена на углубление первоначального профессионального опыта студента, развитие общих и профессиональных компетенций, личностных результатов, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению дипломного проекта (работы) в организациях различных организационно-правовых форм.

Достижению данной цели служит решение следующих задач:

- углубление и закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения;
- приобретение опыта и практического умения использовать навыки разработки рекламных макетов и материалов;
- приобретение опыта и практического умения использовать навыки самостоятельного планирования, реализации, анализа и продвижения рекламной кампании, в том числе в сети интернет;
- сбор материала, необходимого для подготовки дипломной работы (работы);
- приобретение в процессе изучения опыта организации производства и его анализа для конкретизации и уточнения задач дипломного проекта (работы);
- выработка навыков лаконичного, исчерпывающего изложения и грамотного оформления результатов прохождения практики в отчете.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы преддипломной практики

Сроки прохождения практики - 4 недели (144 часа). Согласно утверждённому рабочему плану, преддипломная практика реализуется студентом индивидуально. По освоению программы практики студент представляет отчет.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения преддипломной практики является овладение обучающимися видами профессиональной деятельности (ВД), в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями, личностными результатами (ЛР):

Общие компетенции

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации
		выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:

		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации
		современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и
		программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности
		определять источники достоверной правовой информации
		составлять различные правовые документы
		находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать
		оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности
		правила разработки презентации
		основные этапы разработки и реализации проекта
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	психологические особенности личности
		Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке
		проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		правила оформления документов
		правила построения устных сообщений
		особенности социального и культурного контекста

ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умения:
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции
		традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
		значимость профессиональной деятельности по специальности
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
		Умения:
		соблюдать нормы экологической безопасности
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности
		организовывать профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
		принципы бережливого производства
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	основные направления изменения климатических условий региона
		правила поведения в чрезвычайных ситуациях
		Умения:
		использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей
		применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности
		пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности
		Знания:
		роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на	основы здорового образа жизни
		условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности
		средства профилактики перенапряжения
		Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые),

	государственном и иностранном языках	понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения
		правила чтения текстов профессиональной направленности

Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Навыки:
		выявления основных и второстепенных конкурентов;
		проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения:
		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.
	ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	Навыки:
		проведения анализа рынка;
		проведения качественных аналитических исследований рынка;
		применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.

		Умения: производить качественные аналитические исследования рынка.
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Навыки: выявления основных и второстепенных конкурентов;
		проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;
		уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
		планирования системы маркетинговых коммуникаций;
		разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.
		Умения: преобразовывать требования заказчика в бриф.
Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: планирования системы маркетинговых коммуникаций.
		Умения: определять ключевые цели рекламной кампании;
		формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК;
		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 РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
		учитывать мнение заказчика при планировании РК;
		использовать современные приемы и

		технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Навыки: разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. Умения: составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; создавать план РК 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.
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Навыки: аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Навыки: подбора и использования оффера; разработки рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения:

		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 функционирования 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 РК.
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Навыки:
		структуры и базовых принципов рекламного сообщения;
		реализации рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения:
		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 РК 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.
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Навыки:
		подбора и использования визуальных идей 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.
		Умения:
		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-сообщество.

	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	Навыки: 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. Умения: использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Навыки: 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 рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы. Умения: 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;
		разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;
		использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
		повышать информационную наглядность сайтов;
		создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

Личностные результаты

Код личностных результатов	Личностные результаты реализации программы воспитания
ЛР 1	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 5	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8	Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 10	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры
ЛР 12	Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания
ЛР 13	Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности
ЛР 14	Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
ЛР 15	Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем
ЛР 16	Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности
ЛР 17	Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план преддипломной практики

№ темы	№	Наименование тем занятий	Кол-во часов	Материально-техническое оснащение	Компетенции, умения, навыки обучающихся (ПК, ОК, З, У, ПО)
1	2	3	4	5	6
6 СЕМЕСТР					
Преддипломная практика проводится в форме практической подготовки					
Раздел 1. Знакомство с предприятием					
1	1	Прибытие на практику. Знакомство с руководителем практики, экскурсия по предприятию. Проведение инструктажа по технике безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка и порядком проведения производственного обучения. Составление опорного конспекта. Заполнение дневника.	6	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	2	Ознакомление с видами деятельности и общей структурой организации: сбор общих сведений о предприятии, изучение учредительных документов, видов деятельности, подразделений организации, производственной и организационной структуры организации, функциональных взаимосвязей подразделений и служб. Построение организационной структуры отдела. Заполнение дневника.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	3	Изучение обязанностей работников среднего звена в основных подразделениях предприятия (юридический отдел, отдел кадров, бухгалтерия и др.) Заполнение дневника.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09

Раздел 2. Выполнение заданий руководителя, составление плана ДР. Выполнение индивидуального задания по ДР.					
2	4	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Составление дневника.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	5	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Составление плана выпускной квалификационной работы. Составление дневника.	6	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	6	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Согласование плана ДР с научным руководителем. Выполнение индивидуального задания по теме ДР.	6	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	7	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Изучение учебной, научной литературы, нормативно-правовых документов и действующей практики решения проблем в рамках темы дипломного исследования.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	8	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Аналитическая обработка фактического материала в сочетании с материалом литературных источников.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	9	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Составление окончательного плана дипломной работы и согласование его с научным руководителем.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	10	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Написание текста дипломной работы (первоначального	6	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2

		варианта) и представление его научному руководителю;		выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	11	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Написание дипломной работы.	6	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	12	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Написание дипломной работы.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	13	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Написание дипломной работы с обоснованием выводов.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	14	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Написание дипломной работы с обоснованием выводов.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	15	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Написание дипломной работы с обоснованием выводов.	6	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	16	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Обоснование направлений и мероприятий совершенствования.	6	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09

	17	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Устранение замечаний научного руководителя, проверка оформления работы на соответствие методическим указаниям, сдача научному руководителю на отзыв.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	18	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Получение внешней рецензии на дипломную работу.	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	19	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Подготовка вступительной речи и раздаточного материала (в виде презентации или графического материала, вынесенного на отдельные листы)	8	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
	20	Выполнение отдельных заданий руководителя практики от предприятия. Оформление отчета и документов по практике, сдача отчета по практике.	6	Рабочее место, ПК, компьютерная сеть с выходом в сеть интернет, периферийные устройства.	ВД 1 – ВД 4 ПК 1.1 – ПК 1.4 ПК 2.1 – ПК 2.2 ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1 – ПК 4.3 ОК.01 - ОК.09
Всего:			144 часа		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Преддипломная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест преддипломной практики должно соответствовать содержанию деятельности и давать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем осваиваемым видам деятельности, предусмотренным программой с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет – ресурсов, дополнительной литературы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе.

Нормативные источники:

1. Конституция Российской Федерации (в действующей редакции). https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая от 30 ноября 1994г № 51-ФЗ (в действующей редакции); часть вторая от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в действующей редакции) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/.
3. Налоговый кодекс РФ, (в действующей редакции) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4), раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/.
5. ФЗ "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/.
6. ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/.
7. ФЗ "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/.
8. Закон РФ "О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации" от 19.06.1992 N 3085-1 (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_608/.
9. ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" от 08.08.2001 N 129-ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/.
10. ФЗ "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 N 127-ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/.

11. ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», от 28 декабря 2009 г № 381 – ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/.

12. ФЗ "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" от 26.12.2008 N 294-ФЗ (в действующей редакции). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/.

Основные источники:

1. Астахова, Н. И. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15997-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/523607>.

2. Боресков, А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 219с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518504>.

3. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511964>.

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531422>.

5. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы: учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2022. — 240 с. — (ПРОФИЛЬ). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842548>.

— Основы дизайна и композиции: современные концепции: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.]; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517147>

— Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937>.

6. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>.

Дополнительные источники:

1. Балашов, А. И. Предпринимательское право: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, В. Г. Беяков. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 333 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7814-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510122>.

2. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в торговле: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 278 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14240-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519945>.

3. Герасимов, Б. И. Виды и средства распространения рекламы: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843719>.

4. Запекина, Н. М. Основы полиграфического производства: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. М. Запекина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 178 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11087-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517156>.

5. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518425>.

6. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>.

7. Комсток, Б. Вообразить будущее: креативный подход к изменениям в бизнесе / Бет Комсток, Раз Тал; пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 542с. - ISBN 978-5-96142-768-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078517>.

8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва: Издательство

Юрайт, 2023. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513759>.

9. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-686-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1371939>.

10. Михалева, Е. П. Менеджмент: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5662-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510414>.

11. Николукин, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Николукин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14511-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520191>.

12. Основы исследовательской деятельности: ТРИЗ: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. М. Зиновкина, Р. Т. Гареев, П. М. Горев, В. В. Утемов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12134-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517742>.

13. Основы экономики организации. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.]; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9279-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513193>.

14. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11405-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518386>.

15. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937>.

16. Правоведение: учебник для среднего профессионального образования / В. А. Белов [и др.]; под редакцией В. А. Белова, Е. А. Абросимовой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 414 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10255-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517664>.

17. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Альбов [и др.]; под общей редакцией А. П. Альбова, С. В. Николюкина. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16691-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531500>.

18. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519472>.

19. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517793>.

20. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520553>.

21. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>.

22. Шоттон, Р. Фабрика выбора: как преодолеть 25 препятствий, которые мешают клиенту совершить покупку / Ричард Шоттон; пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-6042881-1-5. — Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222490>.

Интернет – ресурсы:

1. Информационная справочная система Консультант Плюс <https://www.consultant.ru/>.

2. Бизнес-журнал [Электрон. ресурс] Режим доступа: <http://www.1000ideas.ru>.

3. Свой бизнес [Электрон. ресурс] Режим доступа: <https://mybiz.ru/>.

4. Журнал «Секрет фирмы», <http://www.sf-online.ru>.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Преддипломная практика проводится непрерывно после освоения учебной и производственной практики в организациях на основе договоров, заключаемых между колледжем и организациями.

В период прохождения преддипломной практики студенты могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы преддипломной практики.

При проведении преддипломной практики студенты направляются в организации в зависимости от специфики профиля подготовки специалистов, количества организаций и дипломной работы.

Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении преддипломной практики составляет 36 часов в неделю независимо от их возраста.

Аттестация по итогам практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Организацию и руководство преддипломной практикой осуществляют руководители практики от колледжа (преподаватели дисциплин профессионального цикла), а также от организации (специалисты отрасли, закрепленные за обучающимися).

Преподаватели должны иметь высшее профессиональное образование по профилю специальности, опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

5.1. Контроль и оценка результатов освоения преддипломной практики осуществляется преподавателем в форме дифференцированного зачета при условии:

- положительного аттестационного листа по производственной практике (преддипломной) руководителей практики от организации и колледжа об уровне освоения профессиональных компетенций;
- наличие положительной характеристики организации на студента по освоению профессиональных и общих компетенций в период прохождения производственной практики (преддипломной);
- полноты и своевременности предоставления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на производственную практику (преддипломную).

Результаты прохождения преддипломной практики выставляются в ведомости.

5.2. Результаты освоения общих компетенций

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачет по преддипломной практике.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних

деятельности	оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачет по преддипломной практике.
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачет по преддипломной практике.
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной

		практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ОК 06 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 выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задач и/или проблем поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении ЧС; - участие в работе коллектива, команды, взаимодействие с коллегами, руководством, клиентами для создания человека - и природо-защитной среды осуществления профессиональной деятельности; - соблюдение норм экологической безопасности на рабочем месте; - правильное использование на рабочем месте средств индивидуальной защиты от поражающих факторов при ЧС; - правильное соблюдение правил поведения и порядка	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.

	действий населения по сигналам гражданской обороны	
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	- использование физкультурно-оздоровительной деятельности для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; - применение рациональных приемов двигательных функций в профессиональной деятельности; - использование средств профилактики перенапряжения характерными для данной специальности	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации,	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта.

иностранном языках	стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачет по преддипломной практике.
ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы	- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачет по преддипломной практике.
ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка	- полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной

		практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 1.3 Проводить анализ конкурентов	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 1.4 Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Кейс-задачи. Защита проекта. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Выполнение и защита курсовой работы. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения

		профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	- качество анализа рынка и целевой аудитории; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	- определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной

	«Реклама»	практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	- участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.
ПК 4.2 Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики Дифференцированный зачёт по

	идеи; - использование программ компьютерной графики	преддипломной практике.
ПК 4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; - степень достижения поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результат выполнения индивидуальных домашних заданий. Дифференцированный зачет. Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики. Дифференцированный зачёт по преддипломной практике.