

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

**ПРОГРАММА**

ПП.03.01 Производственной практики

Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)

по профессиональному модулю

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

для обучающихся специальности

42.02.01 Реклама (ITHub)

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО)

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub) утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

и в соответствии с учебным планом СмК специальности 42.02.01 Реклама (ITHub), утвержденным директором колледжа Кандауровой Н.В. на 2024 - 2025 учебный год

Организация разработчик: Частное образовательное учреждение профессионального образования «Ставропольский многопрофильный колледж».

Разработчики:

1. Феронова Анна Владимировна

**Экспертиза:** Федорова Н.В. - заместитель директора по практическому обучению СмК.

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма

Протокол №5 от 15.01.2024

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

## **1.1. Область применения программы**

Программа производственной практики является частью основной образовательной программы (далее ООП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub), в части освоения основного вида профессиональной деятельности профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и освоения соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Профессиональные компетенции (ПК):

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

## **1.2. Цели и задачи производственной практики**

Цели производственной практики профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения производственной практики в рамках профессионального модуля должен

уметь:

проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;  
проводить сегментирование рынка;

принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

знать:

задачи, цели и общие требования к рекламе;

основные направления рекламной деятельности;

виды рекламной деятельности;

структуру рекламного рынка.

иметь практический опыт:

выявления требований целевых групп потребителей;

разработки средств продвижения рекламного продукта;

разработки маркетинговой части бизнес-плана

В результате освоения производственной практики обучающийся должен освоить следующие результаты:

### **1.3. Количество часов на освоение программы производственной практики**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объём в часах</b>
Практика	72
Общий объём образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	72
<b>Форма(-ы) контроля: Дифференцированный зачет, Дифференцированный зачет</b>	

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

В результате прохождения производственной практики в рамках профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, обучающиеся осваивают следующие компетенции:

1. 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.
2. ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».
3. ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности
4. ЛР 13 Мотивированный на постоянный профессиональный рост.
5. ЛР 14 Стремящийся к самообразованию, самосовершенствованию и творческой реализации
6. ЛР 15 Использующий информационные технологии в профессиональной деятельности.
7. ЛР 25 Умеющий использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике
8. ЛР 26 Умеющий выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи.
9. ЛР 27 Знающий и использующий в своей работе характерные черты художественных стилей различных исторических эпох.
10. ЛР 30 Умеющий осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта.
11. ЛР 31 Умеющий выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.
12. ЛР 32 Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение рекламного продукта.
13. ЛР 33 Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение

рекламного продукта.

14. 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;

15. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

16. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

17. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

18. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

19. ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебных работ на практике	Объём в часах	Реализуемые компетенции	Формы текущего контроля
1	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	6	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3.	Защита отчета производственной практики (по профилю специальности) ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Всего			72		

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

### **4.1. Требования к условиям допуска обучающихся к производственной практике**

К производственной практике профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий допускаются обучающиеся, освоившие теоретическую подготовку по МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет, МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

### **4.2. Требования к минимальному материально-техническому оснащению**

Лекционная аудитория:

1. Специализированная мебель (1 шт.)
2. Расширенный дверной проем (1 шт.)
3. Настенный экран (1 шт.)
4. Парта школьная без скамьи (1 шт.)
5. Парты (33 шт.)
6. Доска (1 шт.)
7. Стул (7 шт.)
8. Стол (1 шт.)
9. Шкаф (1 шт.)
10. Сетевой коммутатор (1 шт.)

### **4.3. Информационное обеспечение обучения**

#### **4.3.1 Основные печатные издания**

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. - 4-е изд. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. - 216 с. - ISBN 978-5-394-04004-7. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. - URL:
2. <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>
3. Жданова, Т. С. «Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж / Т. С. Жданова. - 4-е изд. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. - 147 с. -

ISBN 978-5-394-04005-4. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL:

4. <https://www.iprbookshop.ru/99366.html>

#### **4.3.2 Дополнительные источники**

1. 1. Власов, В. Б. Основы маркетинга: учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. - 68 с. - ISBN 978-5-7731-0918-1. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/111482.html>

2. 2. Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга: практикум / Р. Е. Мансуров. - 2-е изд. - Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. - 184 с. - ISBN 978-5-9729-0675-8. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/115224.html>

#### **4.3.3 Интернет-ресурсы**

1. Информационно-библиотечная система Знаниум - <http://znanium.com/>

2. ЭБС BOOK.ru - электронно-библиотечная система - <https://www.book.ru>

#### **4.4 Место и время проведения производственной практики**

Производственная практика проводится в оснащённых кабинетах колледжа. Время прохождения производственной практики определяется графиком учебного процесса и расписанием занятий.

Распределение ежедневного рабочего времени обучающихся на производственной практике в соответствии с рабочей программой включает выполнение практических заданий.

Продолжительность рабочего дня обучающихся при прохождении производственной практики - 6 часов в день и не более 36 академических часов в неделю.

На обучающихся, проходящих производственную практику, распространяются правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка, действующие на базе практической подготовки.

#### **4.5 Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих**

## **обучение**

Производственная практика профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

Руководитель практики, осуществляющий непосредственное руководство ученой практикой обучающихся, должен иметь высшее образование, соответствующее профилю специальности, проходить стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

## **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

### **5.1 Требования к организации аттестации и оценке результатов производственной практики**

В период прохождения производственной практики профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий на обучающихся распространяются правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка, действующие на базе практической подготовки.

В период прохождения производственной практики обучающиеся обязаны:

- получить инструктаж по технике безопасности и охране труда;
- вести дневник по практике в установленной форме;
- составить отчет по практике;
- получить характеристику установленного образца, отражающую результаты работы обучающегося, освоение им профессиональных и общих компетенций;
- получить аттестационный лист с указанием уровня освоенных компетенций (высокий уровень освоения компетенций соответствует оценке «отлично», средний уровень - «хорошо», плохой - «удовлетворительно»).

Оценка результатов освоения производственной практики (по профилю специальности) осуществляется руководителем в форме дифференцированного зачета.

Оценка обучающимся определяется исходя из частных показателей:

1. степень и качество выполнения обучающимся программы практики;
2. результаты освоения профессиональных и общих компетенций;
3. результаты выполнения заданий по практике;
4. характеристика руководителей практики;
5. аттестационный лист руководителей практики (с указанием уровня освоения компетенций);
6. уровень теоретической и практической подготовленности к соответствующей деятельности, определяемой задачами практики;
7. содержание и качество оформления отчетных документов.

Оценка «отлично» ставится обучающемуся (с учетом сформулированных выше показателей) при условии исполнения на высоком уровне намеченного в соответствии с программой практики объема работ, формировании навыков, умений, определяемых данным видом практики, высокого уровня освоения общих и профессиональных компетенций.

Оценка «хорошо» ставится при незначительном нарушении требований, предъявляемых к оценке «отлично».

Оценка «удовлетворительно» ставится в том случае, если нарушения были значительными.

Оценка «неудовлетворительно» ставится за грубое нарушение требований, предъявляемых к оценке «отлично».

Для оценки результатов практики используются методы:

1. наблюдения за работой практиканта;
2. беседы с обучающимися;
3. проверки выполнения заданий;
4. анализа документации по ученой практике.

## **5.2 Требования к написанию отчета по практике**

Письменный отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

1. Титульный лист;
2. введение;
3. содержание;
4. отчет о практике (не менее 2 глав);
5. список использованных источников

При оформлении текста отчета следует придерживаться следующих рекомендаций:

- формат страницы текста - А4;
- ориентация страницы - книжная;
- поля: левое - 30 мм, правое - 10 мм, верхнее и нижнее - 20 мм;
- шрифт - Times New Roman;
- кегль шрифта - 14 пт;
- цвет текста - черный;
- абзацный отступ - 1,25 см;

- межстрочный интервал – полуторный;
- выравнивание текста по ширине.

В тексте выделение полужирного начертания, курсива и подчеркивания не допускается.

Набор текста выполняется с использованием персонального компьютера в любом текстовом редакторе, обеспечивающем корректное сохранение или экспорт документа в формат .doc (.docx), и распечатывается на белой бумаге указанного формата.

Фамилии, названия учреждений, организаций, фирм, название изделий и другие имена собственные в работе приводятся на языке оригинала. Допускается транслитерировать имена собственные и приводить названия организации в переводе на русский язык с добавлением при первом упоминании оригинального названия.

Заголовки разделов, подразделов и пунктов печатаются с абзацного отступа 1,25 см с прописной буквы без точки в конце и без подчеркивания.

Разделы, содержание, введение, заключение, список использованных источников начинаются с новой страницы. Подразделы на новую страницу не выносятся, продолжая текст. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Любые пометки, подчеркивания, исправления корректором категорически недопустимы.

За содержание работы, правильность данных отвечает студент – автор работы.

В отчете о прохождении практики должны быть отражены следующие сведения: место и время прохождения практики; описание выполненной работы по отдельным разделам программы и конкретного плана. К отчету о прохождении практики могут быть приложены документы, составленные самим обучающимся при ее прохождении, оформленные в виде приложений. В отчет по практике для получения первичных профессиональных навыков входит титульный лист, текст отчета (15-20 страниц) и образцы документов, обозначенных руководителем практики во время прохождения практики.

Исходя из указанного объема текста отчета, он должен включать следующие основные структурные элементы и соответствовать основным требованиям, предъявляемым к содержанию отчета и его структурным элементам:

Введение:

- цель, место, дата начала и продолжительность практики;
- перечень основных работ изданий, выполняемых в процессе практики.

Основная часть:

- характеристика базы практики;
- описание практических задач, решаемых обучающимся за время прохождения практики;
- перечень невыполненных заданий и неотработанных запланированных вопросов.

Заключение:

- необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики;
- дать предложения по совершенствованию и организации работы предприятия;
- сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики.

Список использованных источников содержит 15-20 авторов, включая законодательную базу.

Приложения (при наличии).

Общий объем отчета 15-20 страниц машинописного текста (включая в себя введение, основную часть работы, заключение).

Отчет может быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками. Страницы отчета нумеруют арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер проставляется справа в верхней части листа без точки в конце номера. Схемы, рисунки, таблицы и другой иллюстративный материал, расположенный на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц, но не засчитываются в объем работы.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, однако номер страницы на титульном листе не проставляется.

На защиту практики обучающийся представляет: