

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

ПРОГРАММА

ПП.01.04 Производственной практики

Производственная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)
по профессиональному модулю

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

для обучающихся специальности

42.02.01 Реклама

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, утвержденным директором колледжа Кандауровой Н.В. на 2025 - 2026 учебный год

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

Разработчики:

1. Астафьев Виктор Александрович

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

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма

Протокол №8 от 20.05.2025

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

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.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и освоения соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Профессиональные компетенции (ПК):

1. ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.
2. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.
3. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.
4. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.2. Цели и задачи производственной практики

Цели производственной практики профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта:

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

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

В результате освоения производственной практики обучающийся должен освоить следующие результаты:

1.3. Количество часов на освоение программы производственной практики

Вид учебной работы	Объём в часах
Практическая подготовка	72
Общий объём образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	72
Форма(-ы) контроля: Дифференцированный зачет	

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

В результате прохождения производственной практики в рамках профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, обучающиеся осваивают следующие компетенции:

1. ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.
2. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.
3. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.
4. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
5. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
6. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
7. ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
8. 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;
9. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
10. 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;
11. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебных работ на практике	Объём в часах	Реализуемые компетенции	Формы текущего контроля
1	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Определять целевую аудиторию и целевые группы	6	ОК 04., ОК 01., ОК 09., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 02., ПК 1.1., ПК 1.4.	Собеседование
2	Анализ объемов рынка	Проводить анализ объема рынка	6	ОК 04., ОК 01., ОК 09., ОК 05., ОК 06., ПК 1.2., ОК 02., ОК 03., ПК 1.4.	Выполнение индивидуальных заданий
3	Анализ конкурентов	Проводить анализ конкурентов	6	ОК 01., ОК 06., ОК 03., ОК 04., ОК 09., ОК 05., ОК 02., ПК 1.3., ПК 1.4.	Выполнение практических заданий. Анализ формирования практических профессиональных умений и приобретения практического опыта при освоении компетенции практики.
4	Целеполагание	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и	6	ОК 01., ОК 04., ОК 05., ОК 09., ОК 06., ОК 03., ОК 02., ПК 1.4.	Выполнение индивидуальных заданий
5	Бриф	Ознакомление с брифом	6	ОК 04., ОК 01., ОК 09., ОК 06., ОК 05., ОК 02., ПК 1.1., ОК 03., ПК 1.4.	Выполнение индивидуальных заданий
6	Разработка решений	Разработка решений, связанных с идеей и бренд-бука образом бренда	6	ОК 01., ОК 09., ОК 06., ОК 05., ОК 02., ПК 1.4., ОК 04., ОК 03., ПК 1.1.	Выполнение индивидуальных заданий
7	Разработка проекта	Разработка проекта бренд-бука на основе предложенного брифа	6	ОК 01., ОК 09., ОК 05., ОК 02., ПК 1.4., ОК 04., ОК 06., ОК 03., ПК 1.1.	Выполнение индивидуальных заданий
8	Ребрендинг	Разработка предложений по ребрендингу фирменного стиля и их обоснование	6	ОК 04., ОК 01., ОК 09., ОК 06., ОК 05., ОК 03., ОК 02., ПК 1.2., ПК 1.4.	Выполнение индивидуальных заданий
9	Создание макетов	Создание макетов предполагаемой рекламных текстов	6	ОК 01., ОК 04., ОК 09., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 02., ПК 1.2., ПК 1.1., ПК 1.4.	Выполнение индивидуальных заданий
10	Разработка плана мероприятий	Разработка PR- плана мероприятий решений и плана мероприятий	6	ОК 04., ОК 09., ОК 06., ОК 05., ОК 02., ОК 01., ОК 03., ПК 1.3., ПК 1.4.	Выполнение индивидуальных заданий
11	Создание макета от фирмы	Создание макета пресс-кита от имени фирмы, рассчитанного на взаимодействие со СМИ в ходе предполагаемых мероприятий	6	ОК 01., ОК 04., ОК 05., ОК 09., ОК 06., ОК 02., ОК 03., ПК 1.4.	Выполнение индивидуальных заданий
12	Разработка композиций	Разработка новых визуальных композиций и их стилистических элементов	6	ОК 04., ОК 01., ОК 09., ОК 06., ОК 05., ОК 03., ПК 1.4., ОК 02.	Защита отчета производственной практики (по профилю специальности) ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Всего			72		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

4.1. Требования к условиям допуска обучающихся к производственной практике

К производственной практике профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта допускаются обучающиеся, освоившие теоретическую подготовку по МДК.01.01 Маркетинговые исследования, МДК.01.02 Стратегический маркетинг, МДК.01.03 Инфлюенс - маркетинг, МДК.01.06 Управление бизнес-процессами, МДК.01.04 Основы BI, МДК.01.05 CRM-маркетинг

4.2. Требования к минимальному материально-техническому оснащению

База практики:

1. Комплект оборудования для практики в соответствии с профессиональным модулем (1 шт.)

4.3. Информационное обеспечение обучения

4.3.1 Основные печатные издания

1. Баранов, С. Н. Основы компьютерной графики: учебное пособие / С.Н. Баранов, С. Г. Толкач. - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3968-5.- Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/84276.html>
2. Лобанов, Е. Ю. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Е. Ю. Лобанов. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. - 83 с. - ISBN 978-5-7937-1611-6. - Текст: электронный // Электронно библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/102617.html>
3. Шефер, Е. А. Цифровая обработка изображений : учебное пособие / Е. А. Шефер. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. - 100 с. - Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <https://www.ipr-bookshop.ru/102493.html>
4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. - Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 233 с. - ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. - Текст:

электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/95335.html>

5. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилинбир. - Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 233 с. - ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/95335.html>

4.3.2 Дополнительные источники

1. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова; под редакцией Н. Б. Серовой. - 2-е изд. - Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. - 262 с. - ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/87862.html>

2. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. - 2-е изд. - Саратов: Профобразование, 2019. - 271 с. - ISBN 978-5-4488-0094-8. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/87990.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.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта 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.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

5.1 Требования к организации аттестации и оценке результатов производственной практики

В период прохождения производственной практики профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта 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 объем 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: