

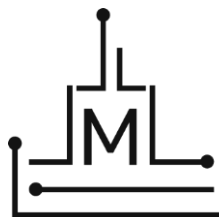
Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Назарова Наталья Александровна
Должность: Директор
Дата подписания: 21.09.2026 15:17:32
Уникальный программный ключ:
35c9f241801273e5b16c1ff3253064a836c3de

Приложение 4. Рабочие программы практики

СОДЕРЖАНИЕ

- УП 01. Учебная практика по ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
- УП 02. Учебная практика по ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
- УП 03. Учебная практика по ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
- УП 04. Учебная практика по ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
- УП 05. Учебная практика по ПМ.05 Специалист по интернет маркетингу
- УП 06. Учебная практика по ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный
- ПП 01. Производственная практика по ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукт
- ПП 02. Производственная практика по ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
- ПП 03. Производственная практика по ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
- ПП 04. Производственная практика по ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
- ПДП Производственная практика по совершенствованию профессиональных компетенций

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа учебной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

1.1. Цель и планируемые результаты учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях;

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

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.

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	– определение целевой аудитории и целевых групп; – проведение анализа объема рынка; – проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; – выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; – использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; – осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; – содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; – пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
Уметь	– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; – уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании; – производить качественные аналитические исследования рынка; – производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе;

1.2. Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики:

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта – 1 неделя (36 часов);

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Структура учебной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 05. ОК 07. ОК 09.	ПК. 1.1.–1.4.	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукт	1 неделя (36 часов)	2 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Очная форма (на базе СОО) 2 семестр	36 часов (1 неделя)
	Ситуационный анализ. Разработка брифа	6
	Проведение первичного анализа рынка.	6
	Анализ конкурентной среды. Анализ целевой аудитории	8
	Постановка целей. Планируемое рекламное мероприятие	8
	Дифференцированный зачет	8

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по учебной практике;
- Рабочая программа учебной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по учебной практике.

3.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики:

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы учебной практики, соблюдение обучающимися трудовой дисциплины и правил по охране труда. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении учебной практики составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование, инструменты, расходные материалы, обеспечивают выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы учебной практики, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам учебной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. Аттестационный лист заполняется и подписывается руководителем практики.

Итогом учебной практики является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения индивидуального задания, качества отчета по программе практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по учебной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения основных и профессиональных компетенций, личностных результатов обучающегося.

Профессиональные компетенции:

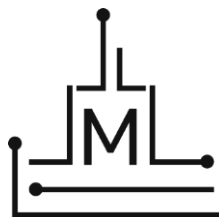
Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.	- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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.	
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	
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.	

Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе учебной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- 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.	
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.	
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.	
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.	
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;	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	
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.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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.	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

5. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
7. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	11
8. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	11

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа учебной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

2.2. Цель и планируемые результаты учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях;

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

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

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	- планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	- определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика,

	коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; – определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании; – составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
--	---

2.3. Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики:

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий – 1 неделя (36 часов);

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Структура учебной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 05. ОК 07. ОК 09.	ПК. 2.1.–2.2.	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1 неделя (36 часов)	3 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Очная форма (на базе СОО) 3 семестр	36 часов (1 неделя)
	Определение цели и задач рекламного мероприятия	6
	Разработка стратегических/тактических решений рекламных мероприятий в соответствии с поставленной целью и задачами	6
	Планирование рекламы и рекламных мероприятий	8
	Указание способов предварительной оценки эффективности рекламных мероприятий	8
	Дифференцированный зачет	8

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по учебной практике;
- Рабочая программа учебной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по учебной практике.

3.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики:

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы учебной практики, соблюдение обучающимися трудовой дисциплины и правил по охране труда. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении учебной практики составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование, инструменты, расходные материалы, обеспечивают выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы учебной практики, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам учебной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. Аттестационный лист заполняется и подписывается руководителем практики.

Итогом учебной практики является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения индивидуального задания, качества отчета по программе практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по учебной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения основных и профессиональных компетенций, личностных результатов обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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.	

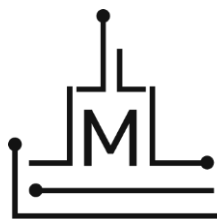
Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе учебной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и	

задач профессиональной деятельности;	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.	
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.	
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.	
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.	
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	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	

антикоррупционного поведения;		
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.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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.	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	11

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа учебной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

1.1 Цель и планируемые результаты учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях;

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

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

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - выявления основных и второстепенных конкурентов; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
Уметь	- производить качественные аналитические исследования рынка; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - использовать поисковые системы интернета.

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики:

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий – 1 неделя (36 часов);

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Структура учебной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 03.	ПК. 3.1.–3.3.	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	1 неделя (36 часов)	3 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Очная форма (на базе СОО) 3 семестр	36 часов (1 неделя)
	Определение цели и задач, и каналов интернет продвижения	6
	Разработка креативов для интернет продвижения	6
	Продвижение бренда по средствам цифровых коммуникационных технологий	8
	Размещение и сопровождение рекламы в сети интернет	8
	Дифференцированный зачет	8

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по учебной практике;
- Рабочая программа учебной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по учебной практике.

3.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики:

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы учебной практики, соблюдение обучающимися трудовой дисциплины и правил по охране труда. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении учебной практики составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование, инструменты, расходные материалы, обеспечивают выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы учебной практики, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам учебной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. Аттестационный лист заполняется и подписывается руководителем практики.

Итогом учебной практики является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения индивидуального задания, качества отчета по программе практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по учебной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения основных и профессиональных компетенций, личностных результатов обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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».	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики;

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 «Реклама».	Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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.	

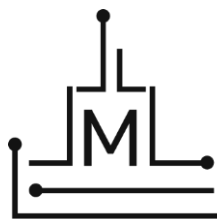
Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе учебной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- 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.	
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;	

личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации.	
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.	
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.	
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;	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	

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.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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.	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа учебной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

1.1 Цель и планируемые результаты учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях;

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	– 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; – 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.
Уметь	– определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; – доводить информацию заказчика до ЦА; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; – использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; – 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; – 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; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики:

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях – 1 неделя (36 часов)

Всего – 4 недели (144 часа)

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Структура учебной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 06. ОК 09.	ПК. 4.1.–4.3.	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	1 неделя (36 часов)	4 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Очная форма (на базе СОО) 4 семестр	36 часов (1 неделя)
	Коммуникация с заказчиком	6
	Определение каналов рекламы разработка творческих рекламных решений	6
	Создание контента	8
	Разработка ключевых вербальных и визуальных сообщений	8
	Дифференцированный зачет	8

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по учебной практике;
- Рабочая программа учебной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по учебной практике.

3.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики:

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы учебной практики, соблюдение обучающимися трудовой дисциплины и правил по охране труда. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении учебной практики составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование, инструменты, расходные материалы, обеспечивают выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы учебной практики, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам учебной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. Аттестационный лист заполняется и подписывается руководителем практики.

Итогом учебной практики является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения индивидуального задания, качества отчета по программе практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по учебной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения основных и профессиональных компетенций, личностных результатов обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике)
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- 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 идеи; - использование программ компьютерной графики.	
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.	

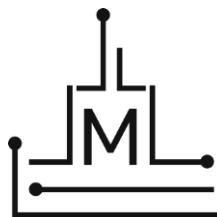
Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
--------------------------------------	-----------------	---------------

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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе учебной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- 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.	
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.	
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.	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом	- 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	

особенностей социального и культурного контекста;	зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий 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;	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	
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.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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.	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.05 Специалист по интернет маркетингу

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	10

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа учебной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочей программой профессионального модуля ПМ.05 Специалист по интернет-маркетингу.

1.1 Цель и планируемые результаты учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессионального модуля по виду деятельности «Специалист по интернет маркетингу» для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	– определение целевой аудитории и целевых групп; – проведение анализа объема рынка; – проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; – выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; – использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; – планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; – эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; – осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; – содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; – пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
	– планирования системы маркетинговых коммуникаций; – разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
	– выявления основных и второстепенных конкурентов; – проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; – выявления основных и второстепенных конкурентов; – планирования системы маркетинговых коммуникаций; – разработки стратегии маркетинговых коммуникаций; – выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; – структуры и базовых принципов рекламного сообщения.
	– подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); – 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; – 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 видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

Уметь	– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; – доводить информацию заказчика до целевой аудитории; – использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; – использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; – производить качественные аналитические исследования рынка; – производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – преобразовывать требования заказчика в бриф; – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; – составлять план действия; определять необходимые ресурсы; – оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); – определять задачи для поиска информации; – определять необходимые источники информации; – планировать процесс поиска; – структурировать получаемую информацию; – выделять наиболее значимое в перечне информации; – оценивать практическую значимость результатов поиска; – использовать современное программное обеспечение; – использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; – применять современную научную профессиональную терминологию; – презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; – соблюдать нормы экологической безопасности; – определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; – организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона; – понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; – определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика,
-------	---

	коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; – определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании; – определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании; – уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании; – составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; – пользоваться профессиональным глоссарием.
	– производить качественные аналитические исследования рынка; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – определять ключевые цели рекламной кампании; – разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; – использовать поисковые системы интернета.
	– 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; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; – проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; – использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; – создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; – конвертировать файлы в нужные форматы; – использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; – размещать рекламные материалы в социальных медиа; – подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; – представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; – создавать графические материалы рекламного характера; – 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.
--	--

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики:

ПМ.05 Специалист по интернет-маркетингу – 1 неделя (36 часов)

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Структура учебной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 07. ОК 09.	ПК 1.1.–1.2. ПК 2.1.- 2.2. ПК 3.1 – 3.2. ПК 4.1.- 4.3.	ПМ.05 Специалист по интернет-маркетингу	1 неделя (36 часов)	4 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
Специалист по интернет-маркетингу	4 семестр	36 часов (1 неделя)
	Коммуникация с заказчиком, составление брифа	6
	Составление плана продвижения объекта рекламирования	6
	Разработка рекламных решений	8
	Разработка рекламных носителей и мероприятий в сети интернет	8
	Дифференцированный зачет	8

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по учебной практике;
- Рабочая программа учебной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по учебной практике.

3.2. Общие требования к организации практики:

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы учебной практики, соблюдение обучающимися трудовой дисциплины и правил по охране труда. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении учебной практики составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование, инструменты, расходные материалы, обеспечивают выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы учебной практики, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам учебной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. Аттестационный лист заполняется и подписывается руководителем практики.

Итогом учебной практики является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения индивидуального задания, качества отчета по программе практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по учебной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения основных и профессиональных компетенций, личностных результатов обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики;
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.	Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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;	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики;
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.	Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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»;	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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 «Реклама».	
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике)
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	- 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 идеи; - использование программ компьютерной графики.	
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации и 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.	

Общие компетенции:

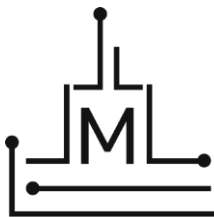
Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной	- выбор и применение способов решения профессиональных задач;	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе учебной практики;

деятельности применительно к различным контекстам	- оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- 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.	
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.	
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.	
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.	
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	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	
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.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках		- 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.	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

**ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям
служащих Агент рекламный**

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	8

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа учебной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочей программой профессионального модуля ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный.

1.1 Цель и планируемые результаты учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессионального модуля по виду деятельности «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный» для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
--------	--

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	– создания визуального образа с рекламными функциями; – построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; – выявления требований целевых групп потребителей; – разработки средств продвижения рекламного продукта применительно к различным контекстам;
	– планирования системы маркетинговых коммуникаций;
	– проведения качественных аналитических исследований рынка; – выявления основных и второстепенных конкурентов;
	– 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;
Уметь	– осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; – проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; – работать с рекламой в средствах массовой информации; – проводить презентацию рекламного продукта
	– определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; – определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании; – уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании;
	– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – производить качественные аналитические исследования рынка; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – использовать поисковые системы интернета.
	– проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; – использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; – создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики:

ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
Агент рекламный– 1 неделя (36 часов).

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Структура учебной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 07. ОК 09.	ПК.1.1. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 4.2. ПК 4.3.	ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный	1 неделя (36 часов)	2 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный	Очная форма (на базе СОО) 2 семестр	1 неделя (36 часов)
	Поиск и привлечение клиентов. Ведение переговоров с заказчиком при составлении брифа и заключении договора. Оформление заказа с применением офисной оргтехники.	6
	Составление творческого брифа. Постановка задач, определение каналов размещения рекламы.	6
	Определение концепции рекламирования. Подготовка визуальных материалов для рекламного проекта.	8
	Написание рекламного текста с учетом различных типов рекламы. Создание макетов рекламной продукции.	8
	Дифференцированный зачет	8

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по учебной практике;
- Рабочая программа учебной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по учебной практике.

3.2. Общие требования к организации практики:

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы учебной практики, соблюдение обучающимися трудовой дисциплины и правил по охране труда. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении учебной практики составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование, инструменты, расходные материалы, обеспечивают выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы учебной практики, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам учебной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. Аттестационный лист заполняется и подписывается руководителем практики.

Итогом учебной практики является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения индивидуального задания, качества отчета по программе практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по учебной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения основных и профессиональных компетенций, личностных результатов обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	- демонстрация умений поиска рекламных идей; - обоснованность решений о поиске идей с использованием первичных источников; - аргументация выбора рекламной идеи.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике)
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	- разрабатывать и создавать дизайн рекламной продукции; - аргументация выбранного визуального решения рекламного проекта; - аргументация обоснованности контента в созданном рекламном проекте.	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	- демонстрация знаний приемов и принципов составления рекламного текста; - демонстрация знаний структуры рекламного текста; - демонстрация умений написания рекламного текста; - демонстрация умений создания рекламных слоганов.	
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике)

ПК 3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	– знает виды рекламной деятельности; – знает виды рекламных средств и средств распространения рекламы; – знает требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; – взаимодействует с потенциальным потребителем рекламных услуг;	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике)
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	- составлять договор на оказание рекламных услуг. - аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - взаимодействует с субъектами рекламного процесса; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта.	
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- полнота и точность анализа требований заказчика к изготовлению рекламной продукции; - полнота и точность анализа необходимых ресурсов для выполнения заказа и составления графика изготовления рекламной продукции; - опора на этику взаимоотношений с заказчиком: грамотность, вежливость и аргументированность при взаимодействии с заказчиками; - полнота контроля своевременности и качества изготовления рекламной продукции в соответствии с рекламной идеей; - демонстрация умений создания и применения визуальных образов в дизайне рекламной продукции; - аргументация обоснованности примененных визуальных образов в дизайне рекламной продукции; - аргументация применения коммуникационной составляющей в созданных визуальных образах и дизайне рекламной продукции; - демонстрация готовности взять на себя ответственность за принимаемые решения.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике)
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.		

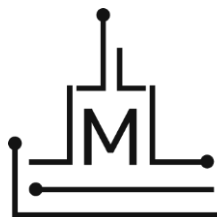
Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии,	Демонстрация устойчивого интереса к будущей специальности; Участие в работе научно-студенческих обществ,	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением

проявлять к ней устойчивый интерес	выступления на научно- практических конференциях; Участие во внеурочной деятельности, связанной с будущей специальностью (конкурсы профессионального мастерства, выставки и т.п.) Высокие показатели производственной практики.	обучающегося в ходе учебной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Мотивированное обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач при осуществлении работ по организации и управлению рекламными проектами по изготовлению рекламной продукции; Точность, правильность и полнота выполнения профессиональных задач.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность при осуществлении работ по организации и управлению рекламными проектами по изготовлению рекламной продукции.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Оперативность поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; Широта использования различных источников информации, включая электронные.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Оперативность, точность и широта осуществления профессиональных операций с использованием общего и специализированного программного обеспечения.	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Коммуникабельность при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, заказчиками и руководителями практики в ходе обучения; Умение работать в команде.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), за результат выполнения заданий	Ответственность за результат выполнения заданий; Способность к самоанализу и коррекции результатов собственной работы.	

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Способность к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукт

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	14

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа производственной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

1.1 Цель и планируемые результаты производственной практики

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

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.

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	– определение целевой аудитории и целевых групп; – проведение анализа объема рынка; – проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; – выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; – использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; – осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; – содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; – пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
Уметь	– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; – уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании; – производить качественные аналитические исследования рынка; – производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики:

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта – 2 недели (72 часа);

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Структура производственной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 05. ОК 07. ОК 09.	ПК. 1.1.–1.4.	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукт	2 недели (72 часа)	2 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ		Количество часов (недель)
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Очная форма (на базе СОО) 2 семестр		2 недели (72 часа)
	Организационная работа по целям и задачам практики. Первичное брифование		6
	Проведение ситуационного анализа. Брифование		6
	Согласование рекламной концепции с заказчиком		8
	Выбор и обоснование рекламной коммуникации и рекламного канала		8
	Составление рекламного плана		6
	Определение этапов рекламной кампании. Планирование рекламного бюджета		6
	Предварительная оценка её эффективности		8
	Подготовка презентации и отчета о проделанной работе		8
	Дифференцированный зачет		8
	Дифференцированный зачет		8

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика реализуется в организациях рекламного профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области средств массовой информации, издательство и полиграфия.

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Договор с организацией о практической подготовке обучающихся;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по производственной практике;
- Рабочая программа производственной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по производственной практике;
- Характеристика от предприятия с указанием сформированных на практике общих и профессиональных компетенций и приобретения практического опыта.

3.2. Общие требования к организации практики:

Производственная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы производственной практики, соблюдение студентами трудовой дисциплины. Производственная практика проводится в организациях на основе прямых договоров между организацией и образовательным учреждением. При прохождении производственной практики обучающиеся обязаны соблюдать правила внутреннего трудового распорядка профильной организации, требования охраны труда и техники безопасности. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении практики в организациях составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Производственная практика (преддипломная) проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Целью практики является сбор и обобщение материалов для написания дипломной работы в соответствии с требованиями подготовки выпускников.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам производственной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист и характеристика с места прохождения практики.

Итогом практики по профилю специальности является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения отчета индивидуального задания, характеристики и предварительной оценки руководителя практики от организации.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. По окончании практики дневник заверяется печатью и подписью руководителя организации, где проходил обучающийся практику.

Аттестационный лист и характеристика практиканта заполняются по месту прохождения практики, подписываются руководителем практики от предприятия и заверяются печатью организации – места прохождения практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по производственной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения общих и профессиональных компетенций обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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.	
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	
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.	

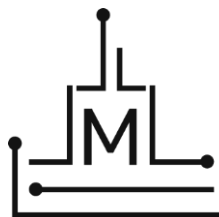
Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
--------------------------------------	-----------------	---------------

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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе производственной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- 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	
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	
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	
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	

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;	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе	
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	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа производственной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

1.1 Цель и планируемые результаты производственной практики

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

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

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	- планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	– определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; – определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании; – составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики:

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий – 2 недели (72 часа);

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1. Структура производственной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 05. ОК 07. ОК 09.	ПК. 2.1.–2.2.	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2 недели (72 часа)	3 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ		Количество часов (недель)
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Очная форма (на базе СОО) 3 семестр		2 недели (72 часа)
	Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории, составление брифа		6
	Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях		6
	Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях		8
	Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги		8
	Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации		8
	Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий		6
	Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний		6
	Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах		8
	Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования		8
	Дифференцированный зачет.		8

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика реализуется в организациях рекламного профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области средств массовой информации, издательство и полиграфия.

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Договор с организацией о практической подготовке обучающихся;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по производственной практике;
- Рабочая программа производственной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по производственной практике;
- Характеристика от предприятия с указанием сформированных на практике общих и профессиональных компетенций и приобретения практического опыта.

3.2. Общие требования к организации практики:

Производственная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы производственной практики, соблюдение студентами трудовой дисциплины. Производственная практика проводится в организациях на основе прямых договоров между организацией и образовательным учреждением. При прохождении производственной практики обучающиеся обязаны соблюдать правила внутреннего трудового распорядка профильной организации, требования охраны труда и техники безопасности. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении практики в организациях составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Производственная практика (преддипломная) проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Целью практики является сбор и обобщение материалов для написания дипломной работы в соответствии с требованиями подготовки выпускников.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам производственной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист и характеристика с места прохождения практики.

Итогом практики по профилю специальности является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения отчета индивидуального задания, характеристики и предварительной оценки руководителя практики от организации.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. По окончании практики дневник заверяется печатью и подписью руководителя организации, где проходил обучающийся практику.

Аттестационный лист и характеристика практиканта заполняются по месту прохождения практики, подписываются руководителем практики от предприятия и заверяются печатью организации – места прохождения практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по производственной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения общих и профессиональных компетенций обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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.	

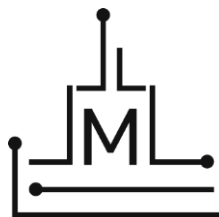
Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе производственной практики;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- 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	Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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	
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	
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	

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;	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе	
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	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа производственной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

1.1 Цель и планируемые результаты производственной практики

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

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

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - выявления основных и второстепенных конкурентов; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
Уметь	- производить качественные аналитические исследования рынка; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - использовать поисковые системы интернета.

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики:

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий – 2 недели (72 часа);

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Структура производственной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 03.	ПК. 3.1.–3.3.	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	2 недели (72 часа)	3 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ		Количество часов (недель)
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Очная форма (на базе СОО) 3 семестр		2 недели (72 часа)
	Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании		6
	Создание клиентской базы для рекламного предприятия		6
	Изучить характер работы рекламных и диджитал специалистов, работающих на предприятии		8
	Проанализировать и выбрать подходящие материалы для конкретной кампании		8
	Участие на этапе контроля за созданием рекламного продукта		8
	Участие на этапе анализа результатов тестирования рекламного продукта		6
	Участие в защите творческих разработок агентства перед заказчиком		6
	Участие в согласовании творческой концепции с заказчиком		8
	Подготовить презентационный отчет о ходе практики		8
	Дифференцированный зачет.		8

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика реализуется в организациях рекламного профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области средств массовой информации, издательство и полиграфия.

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Договор с организацией о практической подготовке обучающихся;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по производственной практике;
- Рабочая программа производственной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по производственной практике;
- Характеристика от предприятия с указанием сформированных на практике общих и профессиональных компетенций и приобретения практического опыта.

3.2. Общие требования к организации практики:

Производственная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы производственной практики, соблюдение студентами трудовой дисциплины. Производственная практика проводится в организациях на основе прямых договоров между организацией и образовательным учреждением. При прохождении производственной практики обучающиеся обязаны соблюдать правила внутреннего трудового распорядка профильной организации, требования охраны труда и техники безопасности. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении практики в организациях составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Производственная практика (преддипломная) проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Целью практики является сбор и обобщение материалов для написания дипломной работы в соответствии с требованиями подготовки выпускников.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам производственной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист и характеристика с места прохождения практики.

Итогом практики по профилю специальности является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения отчета индивидуального задания, характеристики и предварительной оценки руководителя практики от организации.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. По окончании практики дневник заверяется печатью и подписью руководителя организации, где проходил обучающийся практику.

Аттестационный лист и характеристика практиканта заполняются по месту прохождения практики, подписываются руководителем практики от предприятия и заверяются печатью организации – места прохождения практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по производственной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения общих и профессиональных компетенций обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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».	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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 «Реклама».	
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.	

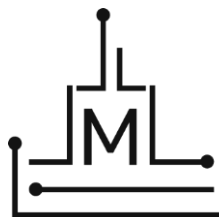
Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач	- выбор и применение способов решения профессиональных задач;	Экспертное наблюдение за

профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа	профессиональным поведением обучающегося в ходе производственной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- 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	
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	
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	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;	

учетом особенностей 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	
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;	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе	
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	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	14

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа производственной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

1.1 Цель и планируемые результаты производственной практики

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	– 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; – 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.
Уметь	– определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; – доводить информацию заказчика до ЦА; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; – использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; – 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; – 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; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики:

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях – 1 неделя (36 часов)

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Структура производственной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 06. ОК 09.	ПК. 4.1.–4.3.	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	1 неделя (36 часов)	4 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ		Количество часов (недель)
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Очная форма (на базе СОО) 4 семестр		1 неделя (36 часов)
	Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика		6
	Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж		6
	Создание визуального образа с рекламными функциями		8
	Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		8
	Дифференцированный зачет		8

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика реализуется в организациях рекламного профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области средств массовой информации, издательство и полиграфия.

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Договор с организацией о практической подготовке обучающихся;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по производственной практике;
- Рабочая программа производственной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по производственной практике;
- Характеристика от предприятия с указанием сформированных на практике общих и профессиональных компетенций и приобретения практического опыта.

3.2. Общие требования к организации практики:

Производственная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы производственной практики, соблюдение студентами трудовой дисциплины. Производственная практика проводится в организациях на основе прямых договоров между организацией и образовательным учреждением. При прохождении производственной практики обучающиеся обязаны соблюдать правила внутреннего трудового распорядка профильной организации, требования охраны труда и техники безопасности. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении практики в организациях составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Производственная практика (преддипломная) проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Целью практики является сбор и обобщение материалов для написания дипломной работы в соответствии с требованиями подготовки выпускников.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам производственной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист и характеристика с места прохождения практики.

Итогом практики по профилю специальности является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения отчета индивидуального задания, характеристики и предварительной оценки руководителя практики от организации.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. По окончании практики дневник заверяется печатью и подписью руководителя организации, где проходил обучающийся практику.

Аттестационный лист и характеристика практиканта заполняются по месту прохождения практики, подписываются руководителем практики от предприятия и заверяются печатью организации – места прохождения практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по производственной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения общих и профессиональных компетенций обучающегося.

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике)
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- 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 идеи; - использование программ компьютерной графики.	
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.	
--	------------------	--

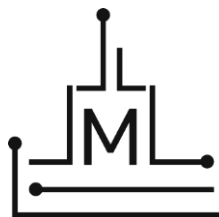
Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе производственной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- 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	
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	
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	
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	
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;	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе	
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	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПДП Производственная практика по совершенствованию профессиональных компетенций

Специальность 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	14

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа производственной практики является частью образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС СПО и рабочими программами профессиональных модулей обеспечивающей их реализацию по специальности 42.02.01 Реклама.

1.1 Цель и планируемые результаты производственной практики

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение навыка, реализующихся в рамках профессиональных модулей по видам деятельности:

- 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для последующего освоения общих и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания.

Общие компетенции:

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности: Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

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.
---------	---

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	– определение целевой аудитории и целевых групп; – проведение анализа объема рынка; – проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; – выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; – использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; – осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; – содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; – пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
Уметь	– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; – уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании; – производить качественные аналитические исследования рынка; – производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.

Вид деятельности: Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

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

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	- планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	– определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика,

	коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; – определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании; – составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.
--	---

Вид деятельности: Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

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

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - выявления основных и второстепенных конкурентов; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
Уметь	- производить качественные аналитические исследования рынка; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - использовать поисковые системы интернета.

Вид деятельности: Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

С целью овладения видом деятельности обучающийся в ходе освоения практики должен:

Владеть навыками	– 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; – 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.
Уметь	– определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; – доводить информацию заказчика до ЦА; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;

	– использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; – 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; – 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; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
--	---

1.2 Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики:

ПДП Производственная практика по совершенствованию профессиональных компетенций – 4 недели (144 часа);

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Структура производственной практики

Коды формируемых компетенций		Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ОК	ПК			
ОК 01. – 07. ОК 09.	ПК. 1.1.–1.4. ПК. 2.1.–2.2. ПК. 3.1.–3.3. ПК. 4.1.–4.3.	Производственная практика по совершенствованию профессиональных компетенций	4 недели (144 часа)	4 семестр

2.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ		Количество часов (недель)
Производственная практика по совершенствованию профессиональных компетенций	Очная форма (на базе СОО) 4 семестр		4 недели (144 часа)
	Получение клиентского брифа и его обсуждение		6
	Составление креативного брифа		6
	Утверждение креативного брифа у заказчика		8
	Проведение ситуационного анализа		8
	Синопсис ситуационного анализа		8
	Разработка основной рекламной идеи		6
	Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной коммуникации заказчика		6
	Разработка первичных эскизов рекламной продукции		8
	Разработка первичных эскизов рекламной продукции		8
	Обсуждение результатов проведенной работы с заказчиком		8
	Разработка эскизов оригинал- макетов рекламной продукции		6
	Разработка эскизов оригинал- макетов рекламной продукции		6
	Разработка эскизов оригинал- макетов рекламной продукции (варианты носителей)		8
	Разработка эскизов оригинал- макетов рекламной продукции (варианты носителей)		8
	Разработка эскизов оригинал- макетов рекламной продукции (варианты носителей)		8
	Утверждение выполненной работы у заказчика		6
	Разработка оригинал-макетов рекламной продукции		6
	Утверждение готовой рекламной продукции у заказчика		8
	Представление готовой рекламной продукции		8
	Дифференцированный зачет		8

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика реализуется в организациях рекламного профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области средств массовой информации, издательство и полиграфия.

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение о практической подготовке;
- Договор с организацией о практической подготовке обучающихся;
- Приказ о назначении руководителей и направлении обучающихся на практику;
- График проведения практики;
- Перечень заданий по производственной практике;
- Рабочая программа производственной практики;
- Журналы практики;
- Дневник – по производственной практике;
- Характеристика от предприятия с указанием сформированных на практике общих и профессиональных компетенций и приобретения практического опыта.

3.2. Общие требования к организации практики:

Производственная практика проводится преподавателями профессионального цикла, которые несут ответственность за надлежащее выполнение программы производственной практики, соблюдение студентами трудовой дисциплины. Производственная практика проводится в организациях на основе прямых договоров между организацией и образовательным учреждением. При прохождении производственной практики обучающиеся обязаны соблюдать правила внутреннего трудового распорядка профильной организации, требования охраны труда и техники безопасности. Продолжительность рабочей недели обучающихся при прохождении практики в организациях составляет не более 36 часов в неделю.

Обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Производственная практика (преддипломная) проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Целью практики является сбор и обобщение материалов для написания дипломной работы в соответствии с требованиями подготовки выпускников.

3.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формой контроля по результатам производственной практики является дневник - отчет обучающегося, аттестационный лист и характеристика с места прохождения практики.

Итогом практики по профилю специальности является оценка, которая выставляется руководителем практики, на основании выполнения отчета индивидуального задания, характеристики и предварительной оценки руководителя практики от организации.

Дневник – отчет практиканта является индивидуальным документом, средством учета и контроля его деятельности в период практики. Записи в дневнике должны вестись ежедневно и содержать краткий перечень работ, выполненных за день. По окончании практики дневник заверяется печатью и подписью руководителя организации, где проходил обучающийся практику.

Аттестационный лист и характеристика практиканта заполняются по месту прохождения практики, подписываются руководителем практики от предприятия и заверяются печатью организации – места прохождения практики.

Выполнение индивидуального задания и проверка отчета по производственной практике должны позволить руководителю практики оценить уровень освоения общих и профессиональных компетенций обучающегося. Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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.	
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	
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.	
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.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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.	
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».	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по 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 «Реклама».	
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.	

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль.	Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе практики; Экспертная оценка результатов практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике)
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- 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 идеи; - использование программ компьютерной графики.	
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.	

Общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Критерии оценки	Методы оценки
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 за профессиональным поведением обучающегося в ходе производственной практики; Дифференцированный зачет (Защита отчетов по практике).
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- 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	
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	
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	
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	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе	

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;	- 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	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- 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	