

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**



«27» ноября 2025 г.

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО
ЗВЕНА)**

по специальности

42.02.01 Реклама

Направленность ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Квалификация СПЕЦИАЛИСТ ПО РЕКЛАМЕ

Уровень образования,
необходимый для приема
на обучение по ППССЗ

Среднее общее образование

Форма обучения

Очная, заочная

**Санкт-Петербург
2026**

СОДЕРЖАНИЕ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ
СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 «РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И
КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК,
БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 «СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ
И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И
ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Место учебной практики в структуре образовательной программы среднего профессионального образования.

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

1.2. Цель, задачи и планируемые результаты учебной практики.

Целью прохождения учебной практики является формирование общих и профессиональных компетенций, позволяющих успешно выполнять основные виды профессиональной деятельности.

Задачами учебной практики являются:

- закрепление приобретенных в процессе обучения профессиональных знаний и умений обучающихся по изучаемой профессии;
- знакомство с современными производственными процессами в организациях и подразделениях рекламно-коммуникационного профиля;
- приобретение навыков взаимодействия в профессиональном коллективе;
- адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности рекламно-коммуникационных организаций различных организационно-правовых форм.

Учебная практика по **ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта** способствует формированию следующих компетенций:

профессиональные:

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.

1.3. Требования к результатам учебной практики.

По итогам прохождения учебной практики студент должен обладать следующими:

- видами профессиональной деятельности по модулям:

Наименование видов деятельности	Наименование профессиональных модулей
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

- общими и профессиональными компетенциями:

Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ПК 1.1-ПК 1.4	- Определять целевую аудиторию и целевые группы; - Проводить анализ	основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;

объема рынка; - Проводить анализ конкурентов; - Осуществлять Определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	методы работы в профессиональной и смежных сферах; приемы и методы современных рекламно коммуникативных технологий; - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; - нормативные правовые документы о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда; - устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернет, печатных изданий и т.д.
--	---

Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
ВД 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять Целевую аудиторию и целевые группы	Навыки: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. Знания: - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК 1.2.	Навыки:

	Проводить анализ объема рынка	- проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования. Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка. Знания: - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Навыки: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. Знания: - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. Умения: - преобразовывать требования заказчика в бриф. Знания: - принципов выбора каналов коммуникации; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.

1.4. Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики.

Наименование профессионального модуля	Количество часов	Количество недель
ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	36	1
Всего:	36	1

1.5. Место и время проведения учебной практики.

Местом прохождения производственной практики является структурное подразделение образовательной организации.

1.6. Требования к руководителям практики.

Руководство учебной практикой осуществляется преподавателями профессионального цикла, имеющими высшее образование по профилю специальности и опыт работы на производстве. Руководители практики от Колледжа перед её началом консультируют обучающихся о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Тематический план практики

Вид профессиональной деятельности	Виды выполняемых работ и заданий	Объем выделяемого времени (часы)
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Организационное собрание курса (консультация). Инструктаж по прохождению практики, цели, задачи, требования к заполнению дневника и предоставлению отчетных документов.	
	Вводный инструктаж. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности.	
	Раздел 1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	36
	Тема 1.1. Знакомство с рекламной организацией (в зависимости от того, где обучающийся проходит практику: подразделением по рекламе, маркетингу, связям с общественностью компании): общая характеристика организации, организационно-правовая форма, цели и задачи. Виды услуг, оказываемых на рекламном рынке. Направления деятельности компании, организационная структура компании, характеристика подразделений, функциональные обязанности сотрудников. Знакомство с режимом работы, правилами внутреннего трудового распорядка и другими документами, регламентирующими деятельность сотрудников компании. Получение задания по прохождению практики. Знакомство со схемой взаимодействия с руководителями практики и другими сотрудниками рекламной компании.	
	Тема 1.2. Работа по проектированию рекламного продукта (рекламного проекта) по заданию заказчика. Участие в командной работе проекта, знакомство с функциональными обязанностями и требованиями к выполнению конкретных заданий. Знакомство и разбор брифов заказчиков по проектированию, созданию и продвижению рекламного продукта. Изучение и анализ результатов разработок дизайн-проектов, креативных концепций по созданию элементов фирменного стиля компаний-заказчиков, программ продвижения и смыслового содержания (создание образа, вербально-визуального контента, графического	

	воплощения) рекламных продуктов предыдущих заказов.	
	Тема 1.3. Овладение техниками рекламного конструирования. Участие в работе коллективного поиска творческих идей (брейнсторминг), их оформлении (рекламный текст, сценарий, эскиз и др) и в представлении заказчику (участие в подготовки презентации - содержательное и графическое исполнение).	
	Дифференцированный зачет	
	Всего:	36

Содержание учебной практики соответствует тематике профессиональных модулей и предполагает обучение и отработку практических навыков в рамках следующих разделов: ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

2.2. Контроль и оценка результатов учебной практики проводится в соответствии с оценочными материалами.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Требования к документации, необходимой для проведения практики

- локальные нормативные акты, регламентирующие порядок проведения практики при освоении обучающимися образовательных программ;
- программа практики;
- распорядительный акт о направлении студентов на практику.

3.2 Требования к материально-техническому обеспечению практики

Учебная практика проводится в учебных лабораториях и иных структурных подразделениях АНО ВО «СПБИЭУ» либо в организациях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля.

Для прохождения практики необходимы следующие виды технических и электронных средств обучения:

- специализированная мебель - учебные столы, стулья, доска. Технические средства обучения - ПК учащихся с подключением к сети "Интернет", ПК преподавателя, веб-камера, принтер, сканер, наушники со встроенным микрофоном, демонстрационное оборудование - видеопроектор, экран, плакаты, пособия, с возможность демонстрации тематических иллюстраций и учебно-наглядных пособий.

Все вышеперечисленные объекты должны соответствовать действующим санитарным и пожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Описание материально-технической базы (в т.ч. программного обеспечения), рекомендуемой для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся с ограниченными возможностями здоровья или инвалидом необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные учебные места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

3.3 Требования к учебно-методическому обеспечению учебной практики

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на учебной практике являются:

- учебная литература по осваиваемым профильным дисциплинам;
- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит учебную практику студент;
- устав, учредительный договор и нормативные документы по функционированию организации;
- должностные инструкции персонала организации (предприятия).

Основные источники:

1. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530372>
2. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21025-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530299>.
3. Карасев А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-53405957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/531135>.
4. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/511861>.

Дополнительные источники

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — ISBN 978-5-9916- 9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
2. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-53416640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
4. Чернышева А. М. Управление продуктом: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт

Справочные правовые системы:

1. «Консультант Плюс»

3.4 Программное обеспечение, информационные справочные системы современных информационно-коммуникационных технологий

Необходимым и обязательным средством является персональный компьютер современной конфигурации при наличии современного программного компьютерного обеспечения - Состав лицензионного программного обеспечения: Операционная система Windows, Офисный пакет LibreOffice, архиватор 7-zip, просмотр pdf-файлов FoxitReader, браузер Opera, проигрыватель VLCmediaplayer.

Перечень электронно-библиотечных систем и справочных систем современных информационно-коммуникационных технологий:

- Электронно-библиотечная система «IPR SMART» »<http://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «PROFобразование»<https://profspo.ru/>
- КонсультантПлюс - Справочно-правовая система<http://www.consultant.ru/>

3.5 Требования к руководителям практики

Руководство учебной практикой от образовательного учреждения осуществляется преподавателями, назначенными приказом ректора учебного заведения.

Руководитель практики от учебного заведения:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;
- проводит консультации со студентами перед направлением их на практику с разъяснением целей, задач и содержания практики;
- проводит индивидуальные и групповые консультации в ходе практики;
- проверяет ход прохождения практики студентами, выезжая на базы практики;
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к отчету по практике;
- контролирует условия проведения практики организациями, в том числе требования охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе отраслевыми.

Обязанности студентов

Студенты при прохождении практики обязаны:

- своевременно и в установленный срок явиться в назначенную для прохождения практики организацию;
- соблюдать трудовую и служебную дисциплину;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие в организациях;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- выполнить программу практики и выполнить индивидуальное задание;
- проявлять высокую организованность;
- четко и своевременно выполнять конкретные задания, поручения и указания руководителей практики от института и организации, творчески относиться к выполнению полученных заданий;
- собрать необходимые материалы для написания курсовой работы или дипломной работы, для отчета по практике;
- подготовиться к зачету по практике.

После окончания практики студент обязан в течение 3 дней представить руководителю практики от Института следующие документы:

- отчет о проделанной работе в соответствии с программой практики;
- характеристику по итогам практики с оценкой, заверенную подписью руководителя практики от предприятия с печатью предприятия.

3.6 Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

Студенты в период прохождения практики обязаны:

- соблюдать действующие в учебном заведении правила внутреннего трудового распорядка;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики руководителем практики осуществляется в процессе руководства практикой (наблюдения, консультирования, помощи в овладении профессиональными навыками, проверки выполнения обучающимися индивидуальных заданий по практике, а также отчетов по практике).

Формой отчетности студента по учебной практике является письменный *отчет о выполнении работ*, свидетельствующий об ознакомлении и формировании профессиональных компетенций, освоении профессиональных модулей.

Отчет по практике состоит из письменного изложения выполненных работ и документов, подтверждающих выполнение содержания программы учебной практики. Он должен содержать не менее 15 листов машинописного текста (не включая документы), выполненного через 1,5 интервала 14 шрифтом TNR.

Письменный отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

- титульный лист;
- содержание;
- практическая часть;
- приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над *отчетом по учебной практике* должна позволить руководителю оценить уровень развития общих, а также профессиональных компетенций, в рамках освоения профессиональных модулей и установленных ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, и рабочей программой профессиональных модулей.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

Студент в соответствии с графиком защиты практики защищает отчет по практике. При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание отзыва-характеристики, правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы.

КРИТЕРИИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОЦЕНКИ ПО ПРАКТИКЕ

«Отлично» - содержание и оформление отчета полностью соответствует предъявляемым требованиям, характеристики обучающегося положительные, ответы на вопросы преподавателя по программе практики полные и точные.

«Хорошо» - несущественные замечания по содержанию и формам отчета, характеристики обучающегося положительные, в ответах на вопросы преподавателя по программе практики обучающийся допускает неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания.

«Удовлетворительно» - небрежное оформление отчета, отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики обучающегося положительные, при ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает ошибки.

«Неудовлетворительно» - эта оценка выставляется обучающемуся, если в отчете освещены не все разделы программы практики либо на вопросы обучающийся не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о деятельности базы практик.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

**ОТЧЕТ
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

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

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Учебная группа

Специальность 42.02.01 Реклама

Семестр

Место проведения

Дата сдачи отчёта «___» 20__ г.

Подпись студента(ки):

Оценка

(цифрой и прописью)

Руководитель практики:

(должность, уч. степень, уч. звание, фамилия и инициалы)

(подпись)

«___» 20__ г.

Санкт-Петербург

20__

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

(наименование кафедры)

(подпись)

(фамилия и инициалы)

«___» _____ 20__ г.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на учебную (ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта») практику.

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Направление/специальность 42.02.01 Реклама
Учебная группа

№ п/п	Перечень выполняемых работ	Формируемая компетенция, шифр	Планируемый результат
1.	Учебные вопросы		
1.1.			
1.2.			
1.3.			
2.	Практические задания		
2.1.			
2.2.			

Руководитель практики

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель практики
от организации

(подпись)

(расшифровка подписи)

МП организации

«___» _____ 20__ г.

Задание получил(а):

Студент(ка)

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРАКТИКИ

[illegible]

Руководитель практики
от Института
(подпись) (фамилия и инициалы)
«__» 20__ г.

Руководитель практики
от организации _____ (подпись) _____ (фамилия и инициалы)
МП организации _____
« » _____ 20 г.

Рабочий график получил:
Студент(ка) _____ (подпись) _____ (фамилия и инициалы)
« ____ » _____ 20 ____ г..

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Специальность 42.02.01 Реклама

ПМ. 01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

Учебная группа

Виды и качество выполнения работ

Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации
1.	Оценка качества работ -
2.	Оценка качества работ -
3.	Оценка качества работ -

Сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Уровень освоения компетенции
		Высокий Средний Низкий

Все основные компетенции, предусмотренные программой практики, освоены.

Общая оценка

Руководитель практики (от Института) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

Руководитель практики (от организации) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

МП организации

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 01 « ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

1.1. Место производственной практики в структуре образовательной программы среднего профессионального образования.

Программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности:

Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;

Порядок прохождения каждой производственной практики определяется в соответствии с учебным планом по специальности «Реклама», программой и календарно-тематическим планом прохождения производственной на предприятии

1.2. Цель, задачи и планируемые результаты производственной практики.

Целью прохождения производственной практики является формирование в условиях реального рекламного производства общих и профессиональных компетенций, позволяющих успешно осваивать основные виды профессиональной деятельности по различным направлениям рекламной индустрии

Задачи производственной практики:

- закрепление, расширение и совершенствование приобретенных в процессе обучения и прохождения производственной практики профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии;

- знакомство со структурой и функциями подразделений (служб) организации (предприятия), занимающихся организацией и управлением рекламно-маркетинговых процессов на рекламном предприятии или коммуникационном агентстве, функциональными обязанностями сотрудников рекламных компаний, приобретение практических навыков по выбранному направлению в профессии;

- освоение современных производственных процессов в организациях, соответствующих профилю специальности;

- разработка концепции, стратегии и плана рекламных и коммуникационных кампаний;

- приобретение навыков взаимодействия в проектной команде и делового общения при работе с заказчиками;

- адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм;

- приобретение навыков аналитической, плановой, организаторской и креативной деятельности, необходимой при проектировании, создании и производстве рекламного продукта;

- совершенствование методов работы с цифровыми технологиями, применяемыми в рекламном производстве, в том числе с нейросетями.

1.3. Требования к результатам производственной практики.

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

В результате прохождения практики студенты должны знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- приемы и методы современных рекламно коммуникативных технологий;
- формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;
- нормативные правовые документы о рекламе;
- виды рекламы и основы организации рекламной деятельности;
- требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам;
- приемы и методы делового общения и ведения переговоров;
- правила и нормы охраны труда;
- устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернет, печатных изданий и т.д.

Студенты должны уметь:

- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов;
- целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж;
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

Студенты должны иметь навыки:

- Определять целевую аудиторию и целевые группы.
- Проводить анализ объема рынка
- Проводить анализ конкурентов.
- Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.4. Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики.

Наименование профессионального модуля	Количество часов	Количество недель
ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	144	4
Всего:	144	4

1.5. Место и время проведения производственной практики.

Местом прохождения производственной практики является структурное подразделение образовательной организации.

1.6. Требования к руководителям практики.

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателями профессионального цикла, имеющими высшее образование по профилю специальности и опыт работы на производстве, а также руководителем от организации.

Руководители практики перед её началом консультируют обучающихся о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Тематический план практики

Вид профессиональной деятельности	Виды выполняемых работ и заданий	Объем выделяемого времени (часы)
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Раздел 1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	144
	Тема 1.1. Знакомство с рекламной организацией (в зависимости от того, где обучающийся проходит практику: подразделением по рекламе, маркетингу, связям с общественностью компании, рекламным/ПР/BTL агентством): общая характеристика организации, организационно-правовая форма, цели и задачи. Знакомство с сайтом компании. Виды услуг, оказываемых на рекламном рынке. Направления деятельности компании, организационная структура компании, характеристика подразделений, функциональные обязанности сотрудников. Знакомство с режимом работы, правилами внутреннего трудового распорядка и другими документами, регламентирующими деятельность сотрудников компании. Получение задания по прохождению практики от руководителя практики от компании. Знакомство со схемой взаимодействия с руководителями практики и другими сотрудниками рекламной организации.	
	Тема 1.2. Работа по продвижению рекламного продукта (рекламного проекта) по заданию заказчика. Участие в командной работе проекта, знакомство со структурой команды, со своими функциональными обязанностями и требованиями к выполнению конкретных заданий. Знакомство с брифом заказчика по реализации проекта, сопроводительными документами, этапами реализации проекта.	
	Тема 1.3. Работа с маркетинговыми и социологическими инструментами исследования для оценки эффективности результатов реализации проекта. Освоение навыков работы с открытыми источниками информации в сети Интернет, поисковыми запросами с использованием специализированных сервисов.	
	Овладение инструментами тестирования рекламных продуктов и методами разработки и проведения качественных и количественных исследований.	
	Всего:	144

2.2. Контроль и оценка результатов производственной практики проводится в соответствии с оценочными материалами.

3. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа производственной практики реализуется в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией и организациями.

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики

- локальные нормативные акты, регламентирующие порядок проведения практики при освоении обучающимися образовательных программ в АНО ВО «СПБИЭУ»;
- программа практики;
- распорядительный акт о направлении студентов на практику.

3.2. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Производственная практика проводится в организациях, оснащенных современным оборудованием и техническими средствами, использующие современные информационные технологии.

Рабочее место практиканта и оборудование должно соответствовать действующим санитарным и пожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Описание материально-технической базы (в т.ч. программного обеспечения), рекомендуемой для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся с ограниченными возможностями здоровья или инвалидом необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные учебные места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

3.3. Требования к учебно-методическому обеспечению производственной практики

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на производственной практике являются:

- учебная литература по осваиваемым профильным дисциплинам;
- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит производственную практику студент.

Основные источники:

1. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530372>

2. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21025-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530299>.

3. Карасев А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-53405957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/531135>.

4. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/511861>.

Дополнительные источники

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — ISBN 978-5-9916- 9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт

2. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт

3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-53416640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт

4. Чернышева А. М. Управление продуктом: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт

Справочные правовые системы:

1. «Консультант Плюс»

3.4 Требования к руководителям практики

3.4.1 Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководство производственной практикой от образовательного учреждения осуществляется преподавателями, назначенными приказом ректора АНО ВО «СПБИЭУ»

Руководитель практики от учебного заведения:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;
- проводит консультации со студентами перед направлением их на практику с разъяснением целей, задач и содержания практики;
- проводит индивидуальные и групповые консультации в ходе практики;
- проверяет ход прохождения практики студентами, выезжая на базы практики;
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к отчету по практике;
- контролирует условия проведения практики организациями, в том числе требования охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе отраслевыми.

Производственная практика курируется преподавателем дисциплин профессионального цикла, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля.

3.4.2 Требования к руководителям практики от организации

Организация, участвующая в проведении практики, предоставляет рабочие места практикантам, назначает руководителя практики от организации.

Руководитель практики от организации, участвующей в проведении практики:

- проводит инструктаж студентов по ознакомлению с требованиями охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в организации;
- обеспечивает высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее программе;
- оказывает помощь в правильном составлении всех документов, предусмотренных программой;
- проверяет выполнение практикантами правил внутреннего распорядка организации, где студент проходит практику;
- осуществляет руководство по составлению студентами отчетов о прохождении практики;
- по окончании практики составляет подробную характеристику на студента, в которой отражает результаты закрепления и углубления знаний и умений, формирования общих и профессиональных компетенций, приобретение им практического опыта по обработке первичных бухгалтерских документов.

3.4.3 Обязанности студентов

Студенты при прохождении практики обязаны:

- своевременно и в установленный срок явиться в назначенную для прохождения практики организацию;
- соблюдать трудовую и служебную дисциплину;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие в организациях ;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- выполнить программу практики и выполнить индивидуальное задание;
- проявлять высокую организованность;
- четко и своевременно выполнять конкретные задания, поручения и указания руководителей практики от института и организации, творчески относиться к выполнению полученных заданий;
- собрать необходимые материалы для написания курсовой работы или дипломной работы, для отчета по практике;
- подготовиться к зачету по практике.

После окончания практики студент обязан в течение 3 дней представить руководителю практики от института следующие документы:

- отчет о проделанной работе в соответствии с программой практики;
- характеристику по итогам практики с оценкой, заверенную подписью руководителя практики от предприятия с печатью предприятия;
- аттестационный лист.

Студент обязан защитить отчет по практике согласно графику защиты отчетов.

3.4.4 Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

Студенты в период прохождения практики обязаны:

- соблюдать действующие в учебном заведении правила внутреннего трудового распорядка;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и совместная оценка результатов освоения производственной практики руководителем практики от образовательного учреждения и руководителем практики от организации осуществляется в процессе руководства практикой (наблюдения, консультирования, помощи в овладении профессиональными навыками, проверки

выполнения обучающимися индивидуальных заданий по практике, а также отчетов по практике).

Формой отчетности студента по данной практике является письменный *отчет о выполнении работ*, свидетельствующий о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессиональных модулей.

Письменный отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

- направление на практику;
- титульный;
- содержание;
- практическая часть;
- приложения;
- задание;
- аттестационный лист.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над *отчетом по производственной практике* должна позволить руководителю оценить уровень развития общих, а также профессиональных компетенций, в рамках освоения профессиональных модулей, установленных ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, и рабочей программой профессиональных модулей.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

Студент в соответствии с графиком защиты практики защищает отчет по практике. При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание характеристики, правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы.

КРИТЕРИИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОЦЕНКИ ПО ПРАКТИКЕ

«Отлично» - содержание и оформление отчета полностью соответствует предъявляемым требованиям, характеристики обучающегося положительные, ответы на вопросы преподавателя по программе практики полные и точные.

«Хорошо» - несущественные замечания по содержанию и формам отчета, характеристики обучающегося положительные, в ответах на вопросы преподавателя по программе практики обучающийся допускает неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания.

«Удовлетворительно» - небрежное оформление отчета, отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики обучающегося положительные, при ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает ошибки.

«Неудовлетворительно» - эта оценка выставляется обучающемуся, если в отчете освещены не все разделы программы практики либо на вопросы обучающийся не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о деятельности базы практик.

ПРИЛОЖЕНИЯ

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

НАПРАВЛЕНИЕ

на производственную (ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта») практику.

Студент

Специальность 42.02.01 Реклама

группа № , семестр

Предприятие/учреждение/организация: _____
(место практики)

Продолжительность практики _____.

Дата выдачи направления « » 20 г.

Основание: приказ от №

(подпись) (Ф.И.О. лица, выдавшего направление)

М.П.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

**ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации
рекламного продукта»**

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Учебная группа

Специальность 42.02.01 Реклама

Семестр

Место проведения

Дата сдачи отчёта «___» 20__ г.

Подпись студента(ки):

Оценка

(цифрой и прописью)

Руководитель практики:

**(должность, уч. степень, уч. звание, фамилия и
инициалы) (подпись)**

«___» 20__ г.

Санкт-Петербург

20__ г.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

(наименование кафедры)

(подпись)

(фамилия и инициалы)

«___» _____ 20__ г

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на производственную (ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта») практику
Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Направление/специальность 42.02.01 Реклама
Учебная группа

№ п/п	Перечень выполняемых работ	Формируемая компетенция, шифр	Планируемый результат
1.	Учебные вопросы		
1.1.			
1.2.			
1.3.			
2.	Практические задания		
2.1.			
2.2.			
2.3.			

Руководитель практики

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель практики
от организации

(подпись)

(расшифровка подписи)

МП организации

«___» _____ 20__ г.

Задание получил(а):

Студент(ка)

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРАКТИКИ

[illegible]

Руководитель практики
от Института

« » (подпись) 20 г.

(фамилия и инициалы)

Руководитель практики
от организации

МП организации _____ (подпись)

(фамилия и инициалы)

« » 20 г.

Рабочий график получил:
Студент(ка)

(подпись)

« » 20 г.

(фамилия и инициалы)

Автономная некоммерческая организация высшего образования «Санкт-Петербургский институт экономики и управления»

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Специальность 42.02.01 Реклама

ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

Учебная группа

Виды и качество выполнения работ

Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации
1.	Оценка качества работ -
2.	Оценка качества работ -
3.	Оценка качества работ -
4.	Оценка качества работ -
5.	Оценка качества работ -

Сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Уровень освоения компетенции
		Высокий Средний Низкий

Все основные компетенции, предусмотренные программой практики, освоены.

Общая оценка

Руководитель практики (от Института) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

Руководитель практики (от организации) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

МП организации

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 02 «РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И
ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ
КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

1.1. Место производственной практики в структуре образовательной программы среднего профессионального образования.

Программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности:

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

Порядок прохождения производственной практики определяется в соответствии с учебным планом по специальности «Реклама», программой и календарно-тематическим планом прохождения производственной на предприятии

1.2. Цель, задачи и планируемые результаты производственной практики.

Целью прохождения производственной практики является формирование в условиях реального рекламного производства общих и профессиональных компетенций, позволяющих успешно осваивать основные виды профессиональной деятельности по различным направлениям рекламной индустрии

Задачи производственной практики:

- закрепление, расширение и совершенствование приобретенных в процессе обучения и прохождения производственной практики профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии;

- знакомство со структурой и функциями подразделений (служб) организации (предприятия), занимающихся организацией и управлением рекламно-маркетинговых процессов на рекламном предприятии или коммуникационном агентстве, функциональными обязанностями сотрудников рекламных компаний, приобретение практических навыков по выбранному направлению в профессии;

- освоение современных производственных процессов в организациях, соответствующих профилю специальности;

- разработка концепции, стратегии и плана рекламных и коммуникационных кампаний;

- приобретение навыков взаимодействия в проектной команде и делового общения при работе с заказчиками;

- адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм;

- приобретение навыков аналитической, плановой, организаторской и креативной деятельности, необходимой при проектировании, создании и производстве рекламного продукта;

- совершенствование методов работы с цифровыми технологиями, применяемыми в рекламном производстве, в том числе с нейросетями.

1.3. Требования к результатам производственной практики.

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

В результате прохождения практики студенты должны знать:

- методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний

Студенты должны уметь:

- находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;
 - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;
 - способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком.

Студенты должны иметь навыки:

- проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
 - использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

1.4. Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики.

Наименование профессионального модуля	Количество часов	Количество недель
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	144	4
Всего:	144	4

1.5. Место и время проведения производственной практики.

Местом прохождения производственной практики является структурное подразделение образовательной организации.

1.6. Требования к руководителям практики.

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателями профессионального цикла, имеющими высшее образование по профилю специальности и опыт работы на производстве, а также руководителем от организации.

Руководители практики перед её началом консультируют обучающихся о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**2.1. Тематический план практики**

Вид профессиональной деятельности	Виды выполняемых работ и заданий	Объем выделяемого времени (часы)
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Раздел 2. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	144
	Тема 2.1. Организационно-правовая форма, структура, функции, основные направления деятельности организации. Изучение организационной структуры организации (рекламного / PR отдела компании или коммуникационного агентства), системы взаимодействия между подразделениями, распределения функциональных обязанностей при подготовке коммуникационных проектов.	
	Тема 2.2. Работа в команде по реализации проекта комплексной рекламной компании заказчика. Выполнение конкретных задач в области аналитической (исследовательской),	

	организационной(менеджмент проекта), дизайнерской (креативной), редакторской (литературной, работа копирайтером), диджитал (работа с сайтом, Интернет площадками), работа с социальными сетями	
	Тема 2.3. Участие в разработке и реализации различных видов BTL -коммуникаций, акциях по стимулированию сбыта в онлайн и офлайн среде, различных видах специальных событий. Работа в рекламных и PR-акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг	
	Всего:	144

2.2. Контроль и оценка результатов производственной практики проводится в соответствии с оценочными материалами.

3. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа производственной практики реализуется в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией и организациями.

3.4. Требования к документации, необходимой для проведения практики

- локальные нормативные акты, регламентирующие порядок проведения практики при освоении обучающимися образовательных программ в АНО ВО «СПБИЭУ»;
- программа практики;
- распорядительный акт о направлении студентов на практику.

3.5. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Производственная практика проводится в организациях, оснащенных современным оборудованием и техническими средствами, использующие современные информационные технологии.

Рабочее место практиканта и оборудование должно соответствовать действующим санитарным и пожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Описание материально-технической базы (в т.ч. программного обеспечения), рекомендуемой для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся с ограниченными возможностями здоровья или инвалидом необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные учебные места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

3.6. Требования к учебно-методическому обеспечению производственной практики

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на производственной практике являются:

- учебная литература по осваиваемым профильным дисциплинам;

- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит производственную практику студент.

Основные источники:

1. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530372>

2. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21025-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530299>.

3. Карасев А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-53405957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/531135>.

4. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/511861>.

Дополнительные источники

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — ISBN 978-5-9916- 9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт

2. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт

3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-53416640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт

4. Чернышева А. М. Управление продуктом: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт

Справочные правовые системы:

1. «Консультант Плюс»

3.4 Требования к руководителям практики

3.4.1 Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководство производственной практикой от образовательного учреждения осуществляется преподавателями, назначенными приказом ректора АНО ВО «СПБИЭУ»

Руководитель практики от учебного заведения:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;
- проводит консультации со студентами перед направлением их на практику с

разъяснением целей, задач и содержания практики;

- проводит индивидуальные и групповые консультации в ходе практики;
- проверяет ход прохождения практики студентами, выезжая на базы практики;
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к отчету по практике;
- контролирует условия проведения практики организациями, в том числе требования охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе отраслевыми.

Производственная практика курируется преподавателем дисциплин профессионального цикла, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля.

3.4.2 Требования к руководителям практики от организации

Организация, участвующая в проведении практики, предоставляет рабочие места практикантам, назначает руководителя практики от организации.

Руководитель практики от организации, участвующей в проведении практики:

- проводит инструктаж студентов по ознакомлению с требованиями охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в организации;
- обеспечивает высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее программе;
- оказывает помощь в правильном составлении всех документов, предусмотренных программой;
- проверяет выполнение практикантами правил внутреннего распорядка организации, где студент проходит практику;
- осуществляет руководство по составлению студентами отчетов о прохождении практики;
- по окончании практики составляет подробную характеристику на студента, в которой отражает результаты закрепления и углубления знаний и умений, формирования общих и профессиональных компетенций, приобретение им практического опыта по обработке первичных бухгалтерских документов.

3.4.3 Обязанности студентов

Студенты при прохождении практики обязаны:

- своевременно и в установленный срок явиться в назначенную для прохождения практики организацию;
- соблюдать трудовую и служебную дисциплину;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие в организациях ;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- выполнить программу практики и выполнить индивидуальное задание;
- проявлять высокую организованность;
- четко и своевременно выполнять конкретные задания, поручения и указания руководителей практики от института и организации, творчески относиться к выполнению полученных заданий;
- собрать необходимые материалы для написания курсовой работы или дипломной работы, для отчета по практике;
- подготовиться к зачету по практике.

После окончания практики студент обязан в течение 3 дней представить руководителю практики от института следующие документы:

- отчет о проделанной работе в соответствии с программой практики;
- характеристику по итогам практики с оценкой, заверенную подписью руководителя практики от предприятия с печатью предприятия;

- аттестационный лист.

Студент обязан защитить отчет по практике согласно графику защиты отчетов.

3.4.4 Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

Студенты в период прохождения практики обязаны:

- соблюдать действующие в учебном заведении правила внутреннего трудового распорядка;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и совместная оценка результатов освоения производственной практики руководителем практики от образовательного учреждения и руководителем практики от организации осуществляется в процессе руководства практикой (наблюдения, консультирования, помощи в овладении профессиональными навыками, проверки выполнения обучающимися индивидуальных заданий по практике, а также отчетов по практике).

Формой отчетности студента по данной практике является письменный *отчет о выполнении работ*, свидетельствующий о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессиональных модулей.

Письменный отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

- направление на практику;
- титульный;
- содержание;
- практическая часть;
- приложения;
- задание;
- аттестационный лист.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над *отчетом по производственной практике* должна позволить руководителю оценить уровень развития общих, а также профессиональных компетенций, в рамках освоения профессиональных модулей, установленных ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, и рабочей программой профессиональных модулей.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

Студент в соответствии с графиком защиты практики защищает отчет по практике. При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание характеристики, правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы.

КРИТЕРИИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОЦЕНКИ ПО ПРАКТИКЕ

«Отлично» - содержание и оформление отчета полностью соответствует предъявляемым требованиям, характеристики обучающегося положительные, ответы на вопросы преподавателя по программе практики полные и точные.

«Хорошо» - несущественные замечания по содержанию и формам отчета, характеристики обучающегося положительные, в ответах на вопросы преподавателя по программе практики обучающийся допускает неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания.

«Удовлетворительно» - небрежное оформление отчета, отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности,

характеристики обучающегося положительные, при ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает ошибки.

«Неудовлетворительно» - эта оценка выставляется обучающемуся, если в отчете освещены не все разделы программы практики либо на вопросы обучающийся не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о деятельности базы практик.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

НАПРАВЛЕНИЕ

на производственную (ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий») практику.

Студент

Специальность 42.02.01 Реклама

группа № , семестр

Предприятие/учреждение/организация: _____
(место практики)

Продолжительность практики _____.

Дата выдачи направления « » 20 г.

Основание: приказ от №

(подпись) (Ф.И.О. лица, выдавшего направление)

М.П.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

**ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического
планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и
мероприятий»**

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Учебная группа

Специальность 42.02.01 Реклама

Семестр

Место проведения

Дата сдачи отчёта «___» 20__ г.

Подпись студента(ки):

Оценка

(цифрой и прописью)

Руководитель практики:

**(должность, уч. степень, уч. звание, фамилия и
инициалы) (подпись)**

«___» 20__ г.

Санкт-Петербург

20__ г.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

(наименование кафедры)

(подпись)

(фамилия и инициалы)

«___» _____ 20__ г

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на производственную (ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий») практику
Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Направление/специальность 42.02.01 Реклама

Учебная группа

№ п/п	Перечень выполняемых работ	Формируемая компетенция, шифр	Планируемый результат
1.	Учебные вопросы		
1.1.			
1.2.			
1.3.			
2.	Практические задания		
2.1.			
2.2.			
2.3.			

Руководитель практики

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель практики
от организации

(подпись)

(расшифровка подписи)

МП организации

«___» _____ 20__ г.

Задание получил(а):

Студент(ка)

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРАКТИКИ

[illegible]

Руководитель практики
от Института

« » (подпись) 20 г.

(фамилия и инициалы)

Руководитель практики
от организации

МП организации _____ (подпись)

(фамилия и инициалы)

« » 20 г.

Рабочий график получил:
Студент(ка)

(подпись)

« » 20 г.

(фамилия и инициалы)

Автономная некоммерческая организация высшего образования «Санкт-Петербургский институт экономики и управления»

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Специальность 42.02.01 Реклама

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

Учебная группа

Виды и качество выполнения работ

Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации
1.	Оценка качества работ -
2.	Оценка качества работ -
3.	Оценка качества работ -
4.	Оценка качества работ -
5.	Оценка качества работ -

Сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Уровень освоения компетенции
		Высокий Средний Низкий

Все основные компетенции, предусмотренные программой практики, освоены.

Общая оценка

Руководитель практики (от Института) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

Руководитель практики (от организации) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

МП организации

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 03 «ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В
СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ»**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

1.1. Место производственной практики в структуре образовательной программы среднего профессионального образования.

Программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности:

Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

Порядок прохождения производственной практики определяется в соответствии с учебным планом по специальности «Реклама», программой и календарно-тематическим планом прохождения производственной на предприятии

1.2. Цель, задачи и планируемые результаты производственной практики.

Целью прохождения производственной практики является формирование в условиях реального рекламного производства общих и профессиональных компетенций, позволяющих успешно осваивать основные виды профессиональной деятельности по различным направлениям рекламной индустрии

Задачи производственной практики:

- закрепление, расширение и совершенствование приобретенных в процессе обучения и прохождения производственной практики профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии;

- знакомство со структурой и функциями подразделений (служб) организации (предприятия), занимающихся организацией и управлением рекламно-маркетинговых процессов на рекламном предприятии или коммуникационном агентстве, функциональными обязанностями сотрудников рекламных компаний, приобретение практических навыков по выбранному направлению в профессии;

- освоение современных производственных процессов в организациях, соответствующих профилю специальности;

- разработка концепции, стратегии и плана рекламных и коммуникационных кампаний;

- приобретение навыков взаимодействия в проектной команде и делового общения при работе с заказчиками;

- адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм;

- приобретение навыков аналитической, плановой, организаторской и креативной деятельности, необходимой при проектировании, создании и производстве рекламного продукта;

- совершенствование методов работы с цифровыми технологиями, применяемыми в рекламном производстве, в том числе с нейросетями.

1.3. Требования к результатам производственной практики.

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

В результате прохождения практики студенты должны знать:

- специфику механизма торгового бренда;
- новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью онлайн технологий.

Студенты должны уметь:

- разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернет;
- планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;
- запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности.

Студенты должны иметь навыки:

- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде. Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

1.4. Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики.

Наименование профессионального модуля	Количество часов	Количество недель
ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	108	3
Всего:	108	3

1.5. Место и время проведения производственной практики.

Местом прохождения производственной практики является структурное подразделение образовательной организации.

1.6. Требования к руководителям практики.

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателями профессионального цикла, имеющими высшее образование по профилю специальности и опыт работы на производстве, а также руководителем от организации.

Руководители практики перед её началом консультируют обучающихся о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Тематический план практики

Вид профессиональной деятельности	Виды выполняемых работ и заданий	Объем выделяемого времени (часы)
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Раздел 3. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	108
	Тема 3.1 Осуществление деятельности по изучению конкурентов заказчика, анализу рыночной ситуации. Работа с базами данных клиентов и партнеров. Ведение телефонных переговоров. Участие в деловых переговорах с заказчиком.	
	Тема 3.2 Работа по созданию вариантов графических вариантов разработок образа бренда ; текстовых и визуальных рядов для контента и дизайн-композиций для продвижения торговых марок заказчиков. Участие в коллективной разработке фирменного стиля торговой марки, названия и логотипа	

Тема 3.3. Работа с интернет ресурсами: с сайтами(наполнение, оптимизация), маркетплейсами, различными рекламными площадками, системой аналитики сайтов, с технологиями AR и VR, искусственного интеллекта	
Тема 3.4. Знакомство и работа с особенностями продвижения ТМ/компаний в социальных медиа, контекстная реклама, правила составления контекстной рекламы, баннерная реклама, правила создания посадочных страниц, вирусная реклама в сети Интернет.	
Тема 3.5. Координация деятельности агентства по проектам клиента. Участие в планировании работ различными подразделениями коммуникационного агентства Анализ инструментов коммуникации с аудиторией: содержание рекламы, каналы ее распространения, прошедшие рекламные кампании и мифы бренда.	
Тема 3.6. Участие в подготовке встреч с заказчиками, в проведении переговоров с клиентом на различных этапах работы. Работа по документированию результатов переговоров и утверждению принятых решений сторонами. Участие в презентации клиенту коммуникационной стратегии развития бренда, медиа-стратегии, творческой стратегии, исследовательских работ и других проектов.	
Дифференцированный зачет	
Всего:	108

2.2. Контроль и оценка результатов производственной практики проводится в соответствии с оценочными материалами.

3. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа производственной практики реализуется в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией и организациями.

3.7. Требования к документации, необходимой для проведения практики

- локальные нормативные акты, регламентирующие порядок проведения практики при освоении обучающимися образовательных программ в АНО ВО «СПБИЭУ»;
- программа практики;
- распорядительный акт о направлении студентов на практику.

3.8. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Производственная практика проводится в организациях, оснащенных современным оборудованием и техническими средствами, использующие современные информационные технологии.

Рабочее место практиканта и оборудование должно соответствовать действующим санитарным и пожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Описание материально-технической базы (в т.ч. программного обеспечения),

рекомендуемой для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся с ограниченными возможностями здоровья или инвалидом необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные учебные места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

3.9. Требования к учебно-методическому обеспечению производственной практики

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на производственной практике являются:

- учебная литература по осваиваемым профильным дисциплинам;
- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит производственную практику студент.

Основные источники:

1. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - 2-е изд. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. - 144 с. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530372>
2. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. – М.: Университетская книга. 2020. - 368 с. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530299>.
3. Бялт В. С. Правовые основы профессиональной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. С. Бялт. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 302 с. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/531135>.
4. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/511861>.

Дополнительные источники

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 233 с. — ISBN 978-5-9916- 9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
2. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-53416640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
4. Чернышева А. М. Управление продуктом: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт

Справочные правовые системы:

1. «Консультант Плюс»

3.4 Требования к руководителям практики

3.4.1 Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководство производственной практикой от образовательного учреждения осуществляется преподавателями, назначенными приказом ректора АНО ВО «СПбИЭУ»

Руководитель практики от учебного заведения:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;
- проводит консультации со студентами перед направлением их на практику с разъяснением целей, задач и содержания практики;
- проводит индивидуальные и групповые консультации в ходе практики;
- проверяет ход прохождения практики студентами, выезжая на базы практики;
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к отчету по практике;
- контролирует условия проведения практики организациями, в том числе требования охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе отраслевыми.

Производственная практика курируется преподавателем дисциплин профессионального цикла, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля.

3.4.2 Требования к руководителям практики от организации

Организация, участвующая в проведении практики, предоставляет рабочие места практикантам, назначает руководителя практики от организации.

Руководитель практики от организации, участвующей в проведении практики:

- проводит инструктаж студентов по ознакомлению с требованиями охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в организации;
- обеспечивает высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее программе;
- оказывает помощь в правильном составлении всех документов, предусмотренных программой;
- проверяет выполнение практикантами правил внутреннего распорядка организации, где студент проходит практику;
- осуществляет руководство по составлению студентами отчетов о прохождении практики;
- по окончании практики составляет подробную характеристику на студента, в которой отражает результаты закрепления и углубления знаний и умений, формирования общих и профессиональных компетенций, приобретение им практического опыта по обработке первичных бухгалтерских документов.

3.4.3 Обязанности студентов

Студенты при прохождении практики обязаны:

- своевременно и в установленный срок явиться в назначенную для прохождения практики организацию;
- соблюдать трудовую и служебную дисциплину;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие в организациях ;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- выполнить программу практики и выполнить индивидуальное задание;
- проявлять высокую организованность;

- четко и своевременно выполнять конкретные задания, поручения и указания руководителей практики от института и организации, творчески относиться к выполнению полученных заданий;

- собрать необходимые материалы для написания курсовой работы или дипломной работы, для отчета по практике;

- подготовиться к зачету по практике.

После окончания практики студент обязан в течение 3 дней представить руководителю практики от института следующие документы:

- отчет о проделанной работе в соответствии с программой практики;

- характеристику по итогам практики с оценкой, заверенную подписью руководителя практики от предприятия с печатью предприятия;

- аттестационный лист.

Студент обязан защитить отчет по практике согласно графику защиты отчетов.

3.4.4 Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

Студенты в период прохождения практики обязаны:

- соблюдать действующие в учебном заведении правила внутреннего трудового распорядка;

- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и совместная оценка результатов освоения производственной практики руководителем практики от образовательного учреждения и руководителем практики от организации осуществляется в процессе руководства практикой (наблюдения, консультирования, помощи в овладении профессиональными навыками, проверки выполнения обучающимися индивидуальных заданий по практике, а также отчетов по практике).

Формой отчетности студента по данной практике является письменный *отчет о выполнении работ*, свидетельствующий о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессиональных модулей.

Письменный отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

- направление на практику;

- титульный;

- содержание;

- практическая часть;

- приложения;

- задание;

- аттестационный лист.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над *отчетом по производственной практике* должна позволить руководителю оценить уровень развития общих, а также профессиональных компетенций, в рамках освоения профессиональных модулей, установленных ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, и рабочей программой профессиональных модулей.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

Студент в соответствии с графиком защиты практики защищает отчет по практике. При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание характеристики, правильность ответов

на заданные руководителем практики вопросы.

КРИТЕРИИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОЦЕНКИ ПО ПРАКТИКЕ

«Отлично» - содержание и оформление отчета полностью соответствует предъявляемым требованиям, характеристики обучающегося положительные, ответы на вопросы преподавателя по программе практики полные и точные.

«Хорошо» - несущественные замечания по содержанию и формам отчета, характеристики обучающегося положительные, в ответах на вопросы преподавателя по программе практики обучающийся допускает неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания.

«Удовлетворительно» - небрежное оформление отчета, отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики обучающегося положительные, при ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает ошибки.

«Неудовлетворительно» - эта оценка выставляется обучающемуся, если в отчете освещены не все разделы программы практики либо на вопросы обучающийся не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о деятельности базы практик.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

НАПРАВЛЕНИЕ

на производственную (ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий») практику.

Студент

Специальность 42.02.01 Реклама

группа № , семестр

Предприятие/учреждение/организация: _____
(место практики)

Продолжительность практики _____.

Дата выдачи направления « » 20 г.

Основание: приказ от №

(подпись) (Ф.И.О. лица, выдавшего направление)

М.П.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

**ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде
Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»**

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Учебная группа

Специальность 42.02.01 Реклама

Семестр

Место проведения

Дата сдачи отчёта «___» 20__ г.

Подпись студента(ки):

Оценка

(цифрой и прописью)

Руководитель практики:

**(должность, уч. степень, уч. звание, фамилия и
инициалы) (подпись)**

«___» 20__ г.

Санкт-Петербург

20__ г.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

(наименование кафедры)

(подпись)

(фамилия и инициалы)

«___» _____ 20__ г

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на производственную (ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий») практику
Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Направление/специальность 42.02.01 Реклама
Учебная группа

№ п/п	Перечень выполняемых работ	Формируемая компетенция, шифр	Планируемый результат
1.	Учебные вопросы		
1.1.			
1.2.			
1.3.			
2.	Практические задания		
2.1.			
2.2.			
2.3.			

Руководитель практики

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель практики
от организации

(подпись)

(расшифровка подписи)

МП организации

«___» _____ 20__ г.

Задание получил(а):

Студент(ка)

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРАКТИКИ

[illegible]

Руководитель практики
от Института

« » (подпись) 20 г.

(фамилия и инициалы)

Руководитель практики
от организации

МП организации _____ (подпись)

(фамилия и инициалы)

« » 20 г.

Рабочий график получил:
Студент(ка)

(подпись)

« » 20 г.

(фамилия и инициалы)

Автономная некоммерческая организация высшего образования «Санкт-Петербургский институт экономики и управления»

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Специальность 42.02.01 Реклама

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

Учебная группа

Виды и качество выполнения работ

Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации
1.	Оценка качества работ -
2.	Оценка качества работ -
3.	Оценка качества работ -
4.	Оценка качества работ -
5.	Оценка качества работ -

Сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Уровень освоения компетенции
ПК 3.1-3.2	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Высокий Средний Низкий

Все основные компетенции, предусмотренные программой практики, освоены.

Общая оценка

Руководитель практики (от Института) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

Руководитель практики (от организации) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

МП организации

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 04 « СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ
СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ
МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

1.1. Место производственной практики в структуре образовательной программы среднего профессионального образования.

Программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности:

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

Порядок прохождения каждой производственной практики определяется в соответствии с учебным планом по специальности «Реклама», программой и календарно-тематическим планом прохождения производственной на предприятии

1.2. Цель, задачи и планируемые результаты производственной практики.

Целью прохождения производственной практики является формирование в условиях реального рекламного производства общих и профессиональных компетенций, позволяющих успешно осваивать основные виды профессиональной деятельности по различным направлениям рекламной индустрии

Задачи производственной практики:

- закрепление, расширение и совершенствование приобретенных в процессе обучения и прохождения производственной практики профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии;

- знакомство со структурой и функциями подразделений (служб) организации (предприятия), занимающихся организацией и управлением рекламно-маркетинговых процессов на рекламном предприятии или коммуникационном агентстве, функциональными обязанностями сотрудников рекламных компаний, приобретение практических навыков по выбранному направлению в профессии;

- освоение современных производственных процессов в организациях, соответствующих профилю специальности;

- разработка концепции, стратегии и плана рекламных и коммуникационных кампаний;

- приобретение навыков взаимодействия в проектной команде и делового общения при работе с заказчиками;

- адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм;

- приобретение навыков аналитической, плановой, организаторской и креативной деятельности, необходимой при проектировании, создании и производстве рекламного продукта;

- совершенствование методов работы с цифровыми технологиями, применяемыми в рекламном производстве, в том числе с нейросетями.

1.3. Требования к результатам производственной практики.

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

В результате прохождения практики студенты должны знать:

- методы анализа рекламного рынка, выделения конкурентных преимуществ;
- принципы классификации видов и технологии создания рекламных продуктов;
- инструменты разработки и проведения маркетинговых и социологических исследований;
- технологии дизайн-проектирования и айдентики брендов;
- современные методики выделения целевой аудитории;
- приемы и принципы создания рекламного контента и требования к размещению на различных носителях медиаканалов;
- технологии продвижения рекламы в сети Интернет;
- принципы и методы разработки концепции, стратегии и плана реализации рекламных проектов;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- правила составления проектной и сопутствующей документации (договор, финансовые документы, бриф, соглашение и т.д.).
- различие видов и особенности применения комплекса маркетинговых коммуникаций.

Студенты должны уметь:

- осуществлять поиск различных решений при творческом проектировании и создании рекламного продукта/ услуги;
- участвовать в разработке творческой концепции, стратегии и планировании рекламных и коммуникационных кампаний;
- применять в практической деятельности технологии формирования и управления развитием брендов;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- создавать рекламные тексты для различных каналов коммуникации;
- использовать компьютерные технологии и программные продукты рекламном производственном процессе;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа видеоконтента;
- участвовать в планировании и реализации рекламных кампаний и проведении специальных мероприятий;
- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей и анализировать результаты;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- составлять планы и графики деятельности по разработке, техническому исполнению и продвижению рекламного продукта.

Студенты должны иметь навыки:

- анализа и систематизация результатов маркетинговых и социологических исследований;
- создания и оформления рекламного контента разных типов и особенностей размещения на различных медианосителях;
- дизайн-проектирования и создания айдентики бренда;
- владения современными моделями выделения целевой аудитории и методами формирования спроса целевых потребителей;
- организации и проведения специальных мероприятий по продвижению товаров/услуг;
- выбора и использования инструментов, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- участия в разработке творческой концепции, стратегии, планирования и реализации рекламных и коммуникационных кампаний реального Заказчика;

- владения интернет-технологиями по продвижению рекламы в сети Интернет;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- контроля и оценки соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- разработки программ продвижения рекламного продукта;
- разработки творческой концепции, стратегии и плана рекламных и коммуникационных кампаний.

1.4. Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики.

Наименование профессионального модуля	Количество часов	Количество недель
ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	72	2
Всего:	72	2

1.5. Место и время проведения производственной практики.

Местом прохождения производственной практики является структурное подразделение образовательной организации.

1.6. Требования к руководителям практики.

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателями профессионального цикла, имеющими высшее образование по профилю специальности и опыт работы на производстве, а также руководителем от организации.

Руководители практики перед её началом консультируют обучающихся о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Тематический план практики

Вид профессиональной деятельности	Виды выполняемых работ и заданий	Объем выделяемого времени (часы)
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Раздел 4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	72
	Тема 4.1. Составление плана и графика деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта. Участие в подготовке и проведении презентации рекламного продукта заказчиком.	
	Тема 4.2. Осуществление работы с производителями рекламы, средствами массовой информации, блогерами и инфлюенсерами по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта. Подготовка рекламных материалов и материалов нативной рекламы для социальных сетей. Согласование макетов рекламной	

продукции с заказчиками	
Тема 4.3. Участие в работе с творческими брифами компаний-заказчиков разных направлений деятельности. Командная работа в разработке творческой идеи отдельных мероприятий коммуникационной кампании (с использованием метода мозгового штурма, метода фокальных объектов и других методов поиска творческих решений)	
Тема 4.4. Участие в работе по тестированию первоначальных творческих концепций для определения их эффективности и релевантности целям и задачам кампании. Участие в обсуждении промежуточных результатов исследований с креативной командой и медиаотделом с целью обозначения всех сильных и слабых сторон основных идей и нахождения оптимального решения	
Подведение итогов практики и систематизация документов по практике: составление отчета по практике. Подготовка презентации по материалам практики и защита в группе. Заключительная беседа с руководителем практики, проверка отчета и подписание характеристики студента, аттестационного листа	
Дифференцированный зачет	
Всего:	468

2.2. Контроль и оценка результатов производственной практики проводится в соответствии с оценочными материалами.

3. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа производственной практики реализуется в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией и организациями.

3.10. Требования к документации, необходимой для проведения практики

- локальные нормативные акты, регламентирующие порядок проведения практики при освоении обучающимися образовательных программ в АНО ВО «СПБИЭУ»;
- программа практики;
- распорядительный акт о направлении студентов на практику.

3.11. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Производственная практика проводится в организациях, оснащенных современным оборудованием и техническими средствами, использующие современные информационные технологии.

Рабочее место практиканта и оборудование должно соответствовать действующим санитарным и пожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Описание материально-технической базы (в т.ч. программного обеспечения), рекомендуемой для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается с учетом особенностей психофизического

развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся с ограниченными возможностями здоровья или инвалидом необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные учебные места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

3.12. Требования к учебно-методическому обеспечению производственной практики

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на производственной практике являются:

- учебная литература по осваиваемым профильным дисциплинам;
- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит производственную практику студент.

Основные источники:

1. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - 2-е изд. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. - 144 с. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530372>
2. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. – М.: Университетская книга. 2020. - 368 с. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/530299>.
3. Бялт В. С. Правовые основы профессиональной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. С. Бялт. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 302 с. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/531135>.
4. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. URL: <https://iprbookshop.ru/bcode/511861>.

Дополнительные источники

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 233 с. — ISBN 978-5-9916- 9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
2. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-53416640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт
4. Чернышева А. М. Управление продуктом: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт

Справочные правовые системы:

1. «Консультант Плюс»

3.4 Требования к руководителям практики

3.4.1 Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководство производственной практикой от образовательного учреждения осуществляется преподавателями, назначенными приказом ректора АНО ВО «СПБИЭУ»

Руководитель практики от учебного заведения:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;
- проводит консультации со студентами перед направлением их на практику с разъяснением целей, задач и содержания практики;
- проводит индивидуальные и групповые консультации в ходе практики;
- проверяет ход прохождения практики студентами, выезжая на базы практики;
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к отчету по практике;
- контролирует условия проведения практики организациями, в том числе требования охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе отраслевыми.

Производственная практика курируется преподавателем дисциплин профессионального цикла, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля.

3.4.2 Требования к руководителям практики от организации

Организация, участвующая в проведении практики, предоставляет рабочие места практикантам, назначает руководителя практики от организации.

Руководитель практики от организации, участвующей в проведении практики:

- проводит инструктаж студентов по ознакомлению с требованиями охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в организации;
- обеспечивает высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее программе;
- оказывает помощь в правильном составлении всех документов, предусмотренных программой;
- проверяет выполнение практикантами правил внутреннего распорядка организации, где студент проходит практику;
- осуществляет руководство по составлению студентами отчетов о прохождении практики;
- по окончании практики составляет подробную характеристику на студента, в которой отражает результаты закрепления и углубления знаний и умений, формирования общих и профессиональных компетенций, приобретение им практического опыта по обработке первичных бухгалтерских документов.

3.4.3 Обязанности студентов

Студенты при прохождении практики обязаны:

- своевременно и в установленный срок явиться в назначенную для прохождения практики организацию;
- соблюдать трудовую и служебную дисциплину;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие в организациях ;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- выполнить программу практики и выполнить индивидуальное задание;
- проявлять высокую организованность;
- четко и своевременно выполнять конкретные задания, поручения и указания руководителей практики от института и организации, творчески относиться к выполнению полученных заданий;

- собрать необходимые материалы для написания курсовой работы или дипломной работы, для отчета по практике;
- подготовиться к зачету по практике.

После окончания практики студент обязан в течение 3 дней представить руководителю практики от института следующие документы:

- отчет о проделанной работе в соответствии с программой практики;
- характеристику по итогам практики с оценкой, заверенную подписью руководителя практики от предприятия с печатью предприятия;
- аттестационный лист.

Студент обязан защитить отчет по практике согласно графику защиты отчетов.

3.4.4 Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

Студенты в период прохождения практики обязаны:

- соблюдать действующие в учебном заведении правила внутреннего трудового распорядка;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и совместная оценка результатов освоения производственной практики руководителем практики от образовательного учреждения и руководителем практики от организации осуществляется в процессе руководства практикой (наблюдения, консультирования, помощи в овладении профессиональными навыками, проверки выполнения обучающимися индивидуальных заданий по практике, а также отчетов по практике).

Формой отчетности студента по данной практике является письменный *отчет о выполнении работ*, свидетельствующий о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессиональных модулей.

Письменный отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

- направление на практику;
- титульный;
- содержание;
- практическая часть;
- приложения;
- задание;
- аттестационный лист.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над *отчетом по производственной практике* должна позволить руководителю оценить уровень развития общих, а также профессиональных компетенций, в рамках освоения профессиональных модулей, установленных ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, и рабочей программой профессиональных модулей.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

Студент в соответствии с графиком защиты практики защищает отчет по практике. При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание характеристики, правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы.

КРИТЕРИИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОЦЕНКИ ПО ПРАКТИКЕ

«Отлично» - содержание и оформление отчета полностью соответствует предъявляемым требованиям, характеристики обучающегося положительные, ответы на вопросы преподавателя по программе практики полные и точные.

«Хорошо» - несущественные замечания по содержанию и формам отчета, характеристики обучающегося положительные, в ответах на вопросы преподавателя по программе практики обучающийся допускает неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания.

«Удовлетворительно» - небрежное оформление отчета, отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики обучающегося положительные, при ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает ошибки.

«Неудовлетворительно» - эта оценка выставляется обучающемуся, если в отчете освещены не все разделы программы практики либо на вопросы обучающийся не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о деятельности базы практик.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

НАПРАВЛЕНИЕ

на производственную (ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях») практику.

Студент

Специальность 42.02.01 Реклама

группа № , семестр

Предприятие/учреждение/организация: _____
(место практики)

Продолжительность практики _____.

Дата выдачи направления « » 20 г.

Основание: приказ от №

(подпись) (Ф.И.О. лица, выдавшего направление)

М.П.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

**ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений,
основных креативных решений и творческих материалов на основных
рекламных носителях»**

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Учебная группа

Специальность 42.02.01 Реклама

Семестр

Место проведения

Дата сдачи отчёта «___» 20__ г.

Подпись студента(ки):

Оценка

(цифрой и прописью)

Руководитель практики:

**(должность, уч. степень, уч. звание, фамилия и
инициалы) (подпись)**

«___» 20__ г.

Санкт-Петербург

20__ г.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургский институт экономики и управления»**

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

(наименование кафедры)

(подпись)

(фамилия и инициалы)

«___» _____ 20__ г

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на производственную (ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях») практику
Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Направление/специальность 42.02.01 Реклама
Учебная группа

№ п/п	Перечень выполняемых работ	Формируемая компетенция, шифр	Планируемый результат
1.	Учебные вопросы		
1.1.			
1.2.			
1.3.			
2.	Практические задания		
2.1.			
2.2.			
2.3.			

Руководитель практики

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель практики
от организации

(подпись)

(расшифровка подписи)

МП организации

«___» _____ 20__ г.

Задание получил(а):

Студент(ка)

(подпись)

(расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРАКТИКИ

[illegible]

Руководитель практики
от Института

(подпись)

« » _____ 20 г.

(фамилия и инициалы)

Руководитель практики
от организации

МП организации (подпись)

(фамилия и инициалы)

« » 20 г.

Рабочий график получил:
Студент(ка)

(подпись)

« » _____ 20__ г.

(фамилия и инициалы)

« _____ » 20 ____ г..

Автономная некоммерческая организация высшего образования «Санкт-Петербургский институт экономики и управления»

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка)

(фамилия, имя, отчество)

Специальность 42.02.01 Реклама

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

Учебная группа

Виды и качество выполнения работ

Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации
1.	Оценка качества работ -
2.	Оценка качества работ -
3.	Оценка качества работ -
4.	Оценка качества работ -
5.	Оценка качества работ -

Сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Уровень освоения компетенции
		Высокий Средний Низкий

Все основные компетенции, предусмотренные программой практики, освоены.

Общая оценка

Руководитель практики (от Института) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

Руководитель практики (от организации) _____
(Ф.И.О.) (подпись)

МП организации