

**РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ПРАКТИК**

**Долгопрудный, 2025**

## Оглавление

<b>1.</b>	<b>Рабочая программа учебной практики ПМ.01.....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Рабочая программа учебной практики ПМ.02.....</b>	<b>15</b>
<b>3.</b>	<b>Рабочая программа учебной практики ПМ.03.....</b>	<b>27</b>
<b>4.</b>	<b>Рабочая программа учебной практики ПМ.04.....</b>	<b>37</b>

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

**Долгопрудный, 2025 г.**

Рабочая программа учебной практики «ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» разработана на основе

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552.

- учебного плана программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама»;

- рабочей программой профессионального модуля «ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>6</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>8</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>11</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>12</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля «ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама», в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**. Согласно учебному плану очной формы обучения (на базе основного общего образования), профессиональный модуль реализуется на 2 курсе.

## 1.2. Место учебной практики профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля «ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», входит в профессиональный цикл.

Особое значение учебная практика профессионального модуля имеет при формировании и развитии общих компетенций и профессиональных компетенций, а также результатов целевых ориентиров.

## 1.3. Планируемые результаты прохождения учебной практики профессионального модуля

В результате прохождения учебной практики профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности название вида и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

### 1.3.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

<b>ОК 08</b>	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

<b>Код</b>	<b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>
<b>ВД</b>	<b>Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b>
ПК 1.1.	Определение целевой аудитории и целевых групп
ПК 1.2.	Проведение анализа объема рынка
ПК 1.3.	Проведение анализа конкурентов
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

### 1.3.4. В результате освоения учебной практики обучающийся должен

ПК 1.1.	Определение целевой аудитории и целевых групп
	<b>Практический опыт:</b> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
	<b>Умения:</b> - 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.
	<b>Знания:</b> - 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.	Проведение анализа объема рынка
	<b>Практический опыт:</b> - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.

	<b>Умения:</b> - производить качественные аналитические исследования рынка.
	<b>Знания:</b> - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
ПК 1.3.	Проведение анализа конкурентов
	<b>Практический опыт:</b> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
	<b>Умения:</b> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
	<b>Знания:</b> - 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
	<b>Практический опыт:</b> - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
	<b>Умения:</b> Преобразовывать требования заказчика в бриф
	<b>Знания:</b> - 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

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

### 2.1. Количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

Вид учебной работы	Количество ак. час.
Объем дисциплины	108
Промежуточная аттестация в форме зачета 4 семестр	

Рабочая программа для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

### 2.2 Объем и виды работ учебной практики УП.01.

Виды работ	Количество часов	Способ проведения
------------	------------------	-------------------

<b>Учебная практика по модулю</b>	<b>108</b>	<b>Концентрированно</b>
<b>Виды работ</b>		
- разработка брифа.		
- проведение первичного анализа рынка.		

### 2.3 Содержание учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся профессиональных компетенций, приобретение умений и практического опыта.

<b>Виды работ</b>	<b>Тематика заданий практики по виду работы</b>	<b>Кол-во часов</b>
Инструктаж по безопасным приемам труда. Подготовка креативного брифа для создания имиджевого (репортажного) видеосюжета «Практика будущего специалиста по рекламе»	Инструктаж по безопасным приемам труда. Подготовка креативного брифа для создания имиджевого (репортажного) видеосюжета «Практика будущего специалиста по рекламе»	6
Создание сценария и раскадровки для подготовки имиджевого (репортажного) видеосюжета «Практика будущего специалиста по рекламе»	Создание сценария и раскадровки для подготовки имиджевого (репортажного) видеосюжета «Практика будущего специалиста по рекламе»	6
Выполнение фото- и видеосъемки для подготовки имиджевого (репортажного) видеосюжета «Практика будущего специалиста по рекламе»	Выполнение фото- и видеосъемки для подготовки имиджевого (репортажного) видеосюжета «Практика будущего специалиста по рекламе»	36
Монтаж имиджевого (репортажного) видеосюжета «Так проходит практика будущего специалиста по рекламе»	Монтаж имиджевого (репортажного) видеосюжета «Так проходит практика будущего специалиста по рекламе»	12
Работа в графическом редакторе Adobe Photoshop «Обработка изображений» тема «Практика будущего специалиста по рекламе»	Работа в графическом редакторе Adobe Photoshop «Обработка изображений» тема «Практика будущего специалиста по рекламе»	6
Составление креативного Брифа для разработки рекламного продукта	Составление креативного Брифа для создания какого-либо рекламного продукта	6
Подготовка фотоматериала для подготовки макета рекламного продукта	Подготовка фотоматериала для подготовки макета рекламного продукта	12
Составить и оформить текст рекламного объявления в графическом редакторе Adobe Photoshop.	Составить и оформить текст рекламного объявления на заданную тему и для требуемого носителя в графическом редакторе Adobe Photoshop.	12
Составить и оформить текст рекламного объявления в векторном редакторе Corel Draw	Составить и оформить текст рекламного объявления на заданную тему и для требуемого носителя в векторном редакторе Corel Draw	24
Составить и оформить плакат в графическом редакторе Adobe Photoshop.	Составить и оформить плакат на заданную тему на заданную тему и для требуемого носителя в векторном редакторе Adobe Photoshop.	18

Составить и оформить плакат в векторном редакторе Corel Draw.	Составить и оформить плакат на заданную тему в векторном редакторе Corel Draw.	24
Создание собственного резюме и портфолио практики.	Подготовка презентации, отражающей отработанные виды и содержащей разработанные рекламные продукты	16
Зачет	Защита портфолио	2
Итого		108

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение.**

Для реализации программы учебной практики должны быть предусмотрены кабинет:

- Аудитория дизайна и макетирования рекламной продукции.

Лаборатории:

- информационных технологий

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- нормативно-правовые документы; образцы (эталоны) используемых

документов;

- программы для работы с графикой растровой и векторной;

Технические средства обучения:

- персональные компьютеры;
- экран, телевизор;
- интерактивная доска.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе

##### **3.2.1. Печатные издания**

1. Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020 год;

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

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

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

##### **3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)**

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

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

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

#### 4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.

Предметом оценки учебной практики **УП.01** являются дидактические единицы «иметь практический опыт» и «уметь» по видам работ. Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется в процессе выполнения практических заданий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках УП	Критерии оценки	Методы оценки
<b>ОК 01</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li> <li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li> <li>- аргументация выбора конкретного способа.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
<b>ОК 02</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li> <li>- владение разными способами представления информации;</li> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
<b>ОК 03</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li> <li>- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
<b>ОК 04</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей.</li> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.</li> </ul>	
<b>ОК 05</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
<b>ОК 07</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>- определение путей обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>- выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
<b>ОК 09</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</li> <li>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
<b>ПК 1.1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка;</li> <li>- полнота и точность выявления целевых групп;</li> <li>- обоснованность решений при определении метода проведения исследования;</li> <li>- демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
<b>ПК 1.2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- полнота и точность анализа рынка;</li> <li>- демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка;</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка;</li> <li>- демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.</li> </ul>	
<b>ПК1.3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
<b>ПК 1.4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками;</li> <li>- точность выбора вида рекламной кампании;</li> <li>- обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности;</li> <li>- правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

---

**Долгопрудный, 2025 г.**

Рабочая программа учебной практики «ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» разработана на основе

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552.

- учебного плана программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама»;

- рабочей программой профессионального модуля «ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>18</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>20</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>23</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>24</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля «ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама», в части освоения основного вида деятельности ВД **Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**. Согласно учебному плану очной формы обучения (на базе основного общего образования), профессиональный модуль реализуется **на 2 курсах**.

## 1.2. Место учебной практики профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля **ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**, входит в профессиональный цикл.

Особое значение учебная практика профессионального модуля имеет при формировании и развитии общих компетенций и профессиональных компетенций, а также результатов целевых ориентиров.

## 1.3. Планируемые результаты освоения учебной практики профессионального модуля

В результате прохождения учебной практики профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности название вида и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

### 1.3.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

<b>ОК 07</b>	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

<b>Код</b>	<b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>
<b>ВД</b>	<b>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>
ПК.2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК.2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах

### 1.3.4. В результате освоения учебной практики обучающийся должен

ПК.2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
	<b>Практический опыт:</b> Планирования системы маркетинговых коммуникаций
	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определять ключевые цели рекламной кампании</li> <li>- Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК</li> <li>- Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения</li> <li>- Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание</li> <li>- Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки</li> <li>- Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач</li> <li>- Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)</li> <li>- Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;</li> <li>- учитывать мнение заказчика при планировании РК;</li> <li>- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.</li> </ul>
	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методики рекламного планирования;</li> <li>- инструментов рекламного планирования;</li> <li>- систему маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</li> <li>- принципы выбора каналов коммуникации;</li> <li>- аудиторию различных средств рекламы;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы стратегического и оперативного планирования РК;</li> <li>- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета</li> <li>- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;</li> <li>- принципы функционирования современных социальных медиа;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.</li> </ul>
ПК.2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.</li> </ul>
	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;</li> <li>- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</li> <li>- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;</li> <li>- осуществлять медиапланирование;</li> <li>- определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета;</li> <li>- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;</li> <li>- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;</li> <li>- использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;</li> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.</li> </ul>
	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li> <li>- логику и структуру плана рекламной кампании;</li> <li>- логику и структуру медиаплана;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.</li> </ul>

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

### 2.1. Количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

Вид учебной работы	Количество ак. час.
Объем дисциплины	72
Промежуточная аттестация в форме зачета 4 семестр	

Рабочая программа для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

## 2.2 Объем и виды работ учебной практики УП.02.

Виды работ	Количество часов	Способ проведения
<b>Учебная практика по модулю</b>	<b>72</b>	<b>Концентрированно</b>
<b>Виды работ</b>		
1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.	6	
2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.	6	
3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.	6	
4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.	6	
5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения.	6	
6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты.	6	
7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.	6	
8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами.	6	
9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы.	6	
10. Ответственность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.	6	
11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.	6	
12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.	6	

## 2.3 Содержание учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся профессиональных компетенций, приобретение умений и практического опыта.

<b>Виды работ</b>	<b>Тематика заданий практики по виду работы</b>	<b>Кол-во часов</b>
1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.		6
2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.		6
3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.		6
4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.		6
5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения.		6
6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты.		6
7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.		6
8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами.		6
9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы.		6
10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.		6
11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.		6
12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.		4
Зачет	Защита портфолио	2
<b>Итого</b>		<b>72</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение.**

Для реализации программы учебной практики профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения: аудитория Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенная в соответствии с ОПОП по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии ОПОП по специальности

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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

##### **3.2.1. Основные печатные издания**

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

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

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

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

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

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

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)

4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

##### **Периодические издания:**

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

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

**Интернет-ресурсы:**

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

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.

Предметом оценки учебной практики **УП.02** являются дидактические единицы «иметь практический опыт» и «уметь» по видам работ. Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется в процессе выполнения практических заданий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках УП	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"><li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li><li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li><li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li><li>- аргументация выбора конкретного способа.</li></ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"><li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li><li>- владение разными способами представления информации;</li><li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li><li>- объективный анализ найденной информации;</li><li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li></ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"><li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li><li>- выстраивание траектории профессионального развития и</li></ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.

	самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей.</li> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>- определение путей обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>- выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</li> <li>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- адекватность и полнота разработанных планов;</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение определить цели и задачи кампании;</li> <li>- способность выбрать стратегические подходы;</li> </ul>	рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- качество анализа рынка и целевой аудитории;</li> <li>- четкость и структурированность презентации;</li> <li>- соответствие планов установленным форматам;</li> <li>- убедительность аргументации;</li> <li>- понимание стратегической направленности.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

**Долгопрудный, 2025 г.**

Рабочая программа учебной практики «ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» разработана на основе

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552.

- учебного плана программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама»;

- рабочей программой профессионального модуля «ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>30</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>32</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>33</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>34</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля «ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама», в части освоения основного вида деятельности ВД Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий. Согласно учебному плану очной формы обучения (на базе основного общего образования), профессиональный модуль реализуется на 3 курсах.

## 1.2. Место учебной практики профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля «ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», входит в профессиональный цикл.

Особое значение учебная практика профессионального модуля имеет при формировании и развитии общих компетенций и профессиональных компетенций, а также результатов целевых ориентиров.

## 1.3. Планируемые результаты освоения учебной практики профессионального модуля

В результате прохождения учебной практики профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности название вида и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

### 1.3.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

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

#### 1.3.4. В результате освоения учебной практики обучающийся должен

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выявления основных и второстепенных конкурентов;</li> <li>- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;</li> <li>- проведения качественных аналитических исследований рынка;</li> <li>- выявления основных и второстепенных конкурентов;</li> <li>- планирования системы маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- структуры и базовых принципов рекламного сообщения.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</li> <li>- производить качественные аналитические исследования рынка;</li> <li>- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- определять ключевые цели рекламной кампании;</li> <li>- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</li> <li>- использовать поисковые системы интернета.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды;</li> <li>- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;</li> <li>- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>- методики рекламного планирования;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li> </ul>

	- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
--	---

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

### 2.1. Количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

Вид учебной работы	Количество ак. час.
Объем дисциплины	72
Промежуточная аттестация в форме зачета 5 семестр	

Рабочая программа для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

### 2.2 Объем и виды работ учебной практики УП.03.

Виды работ	Количество часов	Способ проведения
Учебная практика по модулю	72	Концентрированное
<b>Виды работ</b>		
1. Ознакомление с конструктором сайтов		
2. Разработка графических элементов		
3. Создание концепции графического оформления		
4. Разработка структуры и схемы сайта		
5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта		

### 2.3 Содержание учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся профессиональных компетенций, приобретение умений и практического опыта.

Виды работ	Тематика заданий практики по виду работы	Кол-во часов
1. Ознакомление с конструктором сайтов		14
2. Разработка графических элементов		14
3. Создание концепции графического оформления		14

4. Разработка структуры и схемы сайта		14
5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта		14
Зачет	Защита портфолио	2
Итого		72

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1. Материально-техническое обеспечение.

Для реализации программы учебной практики профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения: лаборатория Цифровых коммуникационных технологий, оснащенная в соответствии с образовательной программой по специальности. Оснащенные базы практики в соответствии с образовательной программой по специальности.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

##### 3.2.1. Основные печатные издания

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2020. – 352 с.

2. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.

3. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 269 с.

4. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.

5. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.

6. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.

7. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль,

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.

Предметом оценки учебной практики **УП.03** являются дидактические единицы «иметь практический опыт» и «уметь» по видам работ. Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется в процессе выполнения практических заданий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

<b>Код ПК и ОК, формируемых в рамках УП</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Методы оценки</b>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li> <li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li> <li>- аргументация выбора конкретного способа.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li> <li>- владение разными способами представления информации;</li> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li> <li>- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования;</li> <li>- осознанное планирование повышения квалификации</li> </ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.

<p>ПК 3.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять и классифицировать рекламу;</li> <li>- применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ПК 3.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- работать с нормативными документами в области рекламы;</li> <li>- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ПК 3.3</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- участников рекламной деятельности и их функции;</li> <li>- классификацию рекламы;</li> <li>- процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>экзамена, квалификационного</li> <li>экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

Рабочая программа учебной практики «ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» разработана на основе

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552.

- учебного плана программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама»;

- рабочей программой профессионального модуля «ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>39</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>42</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>43</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>45</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля «ПМ. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама», в части освоения основного вида деятельности ВД **Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**. Согласно учебному плану очной формы обучения (на базе основного общего образования), профессиональный модуль реализуется на 3 курсах.

## 1.2. Место учебной практики профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля «ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях», входит в профессиональный цикл.

Особое значение учебная практика профессионального модуля имеет при формировании и развитии общих компетенций и профессиональных компетенций, а также результатов целевых ориентиров.

## 1.3. Планируемые результаты освоения учебной практики профессионального модуля

В результате прохождения учебной практики профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности название вида и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

### 1.3.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и

	межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 4</b>	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
<b>ПК 4.1</b>	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
<b>ПК 4.2</b>	Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
<b>ПК 4.3</b>	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

### 1.3.4. В результате освоения учебной практики обучающийся должен

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>– подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);</li> <li>– поиска и подбора оригинального нейма и слогана;</li> <li>– определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</li> <li>– подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК;</li> <li>– оформления текстовых и графических документов;</li> <li>– оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;</li> <li>– создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать поисковые системы интернета</li> <li>– использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;</li> <li>– определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;</li> <li>– доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>– использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li> <li>– проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность;</li> <li>– использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>– создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>– конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>– использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>– размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> <li>– подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;</li> <li>– представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</li> <li>– обеспечивать качественное функционирование сайта;</li> <li>– писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;</li> <li>– создавать графические материалы рекламного характера;</li> <li>– находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>– разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;</li> <li>– составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>– создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>– разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;</li> <li>– использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>– повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>– создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– отраслевую терминологию;</li> <li>– требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>– технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;</li> <li>– программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;</li> <li>– виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>– требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>– технические средства создания визуального контента;</li> <li>– возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;</li> <li>– структуру брифа и требования к нему;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>– требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>– технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.</li> </ul>
--	--

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

### 2.1. Количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

Вид учебной работы	Количество ак. час.
Объем дисциплины	36
Промежуточная аттестация в форме зачета 5 семестр	

Рабочая программа для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

### 2.2 Объем и виды работ учебной практики УП.04.

Виды работ	Количество часов	Способ проведения
Учебная практика по модулю	36	<b>Концентрированный</b>
<b>Виды работ</b>		
1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика		
2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений		
3. Разработка рекламной продукции		
4. Сдача проекта заказчику		

### 2.3 Содержание учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся профессиональных компетенций, приобретение умений и практического опыта.

<b>Виды работ</b>	<b>Тематика заданий практики по виду работы</b>	<b>Кол-во часов</b>
1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика		10
2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений		8
3. Разработка рекламной продукции		8
4. Сдача проекта заказчику		8
Зачет	Защита проекта	2
Итого		36

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение.**

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения: лаборатории Компьютерной графики, в соответствии с образовательной программой по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с образовательной программой по специальности.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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

##### **3.2.1. Основные печатные издания**

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2021. - 288 с.

2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2019. - 312 с.

3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 с.

4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2019. - 637 с.

5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2020. - 138 с.
6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 с.
7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2021. - 252 с.
8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.
9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 277 с.
10. Келби С., Цифровая фотография. Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт-Петербург; Киев., 2020.
11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2020.
12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 204 с.
13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662с.
14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 с.
15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.
16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.
17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 с.
18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383с.
19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 с.
20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 с.
21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 с.
22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.
23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 с.
24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 с.
25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 с.
26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 с.
27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2020.
28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2020.
29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., -М 2020.
30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2019.

### 3.2.2. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://www.a-z.ru/assoc/osr/)

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

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.

Предметом оценки учебной практики **УП.03** являются дидактические единицы «иметь практический опыт» и «уметь» по видам работ. Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется в процессе выполнения практических заданий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках УП	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"><li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li><li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li><li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li><li>- аргументация выбора конкретного способа.</li></ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"><li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li><li>- владение разными способами представления информации;</li><li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li><li>- объективный анализ найденной информации;</li><li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li></ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"><li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li><li>- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное</li></ul>	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.

	планирование повышения квалификации	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей;</li> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 06	<ul style="list-style-type: none"> <li>- грамотно излагать свои мысли;</li> <li>- оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке;</li> <li>- проявлять толерантность в рабочем коллективе.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p>

		<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<p>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</p> <p>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.1	<p>- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.2	<p>- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж;</p> <p>- креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul>

	<p>проекта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оригинальность рекламной идеи;</li> <li>- использование программ компьютерной графики.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов;</li> <li>- уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев:</li> <li>- актуальность;</li> <li>степень достижения - поставленной цели;</li> <li>- креативность;</li> <li>- изобразительная ценность;</li> <li>- обоснованность выводов и предложений;</li> <li>- характер (авторский или компилятивный);</li> <li>- использование смежных технологий и материалов;</li> <li>- эффективность.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>