

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**  
**ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА**

**Долгопрудный, 2025 г.**

Рабочая программа производственной практики 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»

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

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

- 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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>9</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>10</b>
<b>Приложение 1. Отчет о прохождении производственной практики .....</b>	<b>17</b>
<b>Приложение 2. Задание на производственную практику .....</b>	<b>18</b>
<b>Приложение 3. Дневник прохождения производственной практики.....</b>	<b>19</b>
<b>Приложение 4. Личная карточка инструктажа .....</b>	<b>20</b>
<b>Приложение 5. Содержание работы.....</b>	<b>21</b>
<b>Приложение 6. Аттестационный лист.....</b>	<b>22</b>
<b>Приложение 7. Характеристика.....</b>	<b>23</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Область применения программы

Программа практики является составной частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) специальности 42.02.01 Реклама (далее специальности), обеспечивающей реализацию Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 (ФГОС СПО).

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

Практика является обязательным разделом программы подготовки специалистов среднего звена. Она представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

## 1.3. Планируемые результаты прохождения производственной практики профессионального модуля

Целью производственной практики (по профилю специальности) является комплексное освоение студентами среднего профессионального образования (далее – СПО) всех видов профессиональной деятельности, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение студентами необходимых умений и опыта практической работы по специальности. Производственная практика (по профилю специальности) направлена на формирование компетенций:

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

В результате прохождения производственной 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

<b>ОК 05</b>	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 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
ПК.2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК.2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
ПК.3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК.3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
ПК.3.3	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
ПК.4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК.4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
ПК.4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

Программа производственной практики (по профилю специальности) разработана применительно к действующему учебному плану специальности, является основным учебно-методическим документом, определяющим проведение практики, раскрывает содержание и последовательность процесса овладения студентами всех видов профессиональной деятельности в соответствии с ФГОС СПО для данной специальности на всех этапах практики.

### 1.3.4. Цели и задачи производственной практики

Производственная практика (по профилю специальности) является частью производственной практики, направлена на формирование у студента общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках модулей ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04 ППССЗ СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО специальности и закреплённых профессиональных стандартов.

Содержание практики определяется требованиями к результатам обучения по каждому из модулей ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама в соответствии с ФГОС СПО, настоящей программой производственной практики (по профилю специальности).

Цели производственной практики (по профилю специальности):

- закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения;
- получение практических навыков оценки эффективности организации и осуществления деятельности финансовых, планово-экономических и налоговых служб организаций различных организационно-правовых форм, финансово-экономических служб органов государственной власти и местного самоуправления;
- расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении специальных дисциплин. Задачи производственной практики (по профилю специальности):
- практическое использование теоретических знаний по изученным дисциплинам для проведения исследований в области финансов;
- исполнение обязанностей специалистов с учетом потребностей организации и интересов студентов;
- выполнение анализа деятельности финансовых, планово-экономических и налоговых служб различных организаций;
- предложение решений проблем, разработка регламентирующих документов;
- сбор, обработка и систематизация материала.

#### **Порядок проведения производственной практики (по профилю специальности)**

Продолжительность производственной практики (по профилю специальности), сроки проведения практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама и определяются графиком учебного процесса.

Производственная практика проводится при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей. Производственная практика студентов проводится в сторонних организациях, предоставляющих места для прохождения практики студентами. Закрепление баз производственной практики осуществляется на основе договоров с этими организациями.

Для руководства производственной практикой студентов в подразделениях Университета и в сторонних организациях назначаются руководители практики от предметно-цикловой комиссии по специальности (далее ПЦК).

За время практики студенты выполняют задания, предусмотренные программами практик. Задания на практику формируются с учетом видов работ, указанных в рабочих программах профессиональных модулей и согласовываются с организацией.

#### **1.4. Требования к студентам при прохождении производственной практики**

Для прохождения производственной практики (по профилю специальности) обучающемуся выдается индивидуальное задание и рабочий график (план) прохождения практики.

В процессе прохождения практики студент ведет Дневник производственной практики, в который необходимо записывать краткие сведения о проделанной работе в течение рабочего дня. Записи должны быть конкретными, четкими и ясными, с указанием характера и объема проделанной работы и ежедневно заполняться студентом собственноручно. По завершению практики дневник заверяется подписью руководителя

практики от организации и печатью организации. В результате прохождения практики студент формирует Отчет о прохождении производственной практики.

Во время прохождения практики студент обязан:

- выполнять задания, предусмотренные программами практики;
- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда, техники безопасности и пожарной безопасности.
- максимально использовать отведенное для практики время, в установленные сроки, в полном объеме и с высоким качеством выполнять все задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать распорядок образовательного учреждения и локальные акты, определяющие порядок действий студентов;
- перед окончанием практики составить отчет о прохождении практики и заверить у руководителя практики от организации дневник практики.

После прохождения практики студент обязан:

- своевременно представить руководителю практики отчетную документацию о практике в полном объеме.

Результатом прохождения практики является зачет, оценка за который приравнивается к оценке по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время.

### **1.5. Обязанности руководителя практики**

Руководитель практики от Университета:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации;
- разрабатывает задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- проводит консультации со студентами перед направлением их на практику с разъяснением целей, задач и содержания практики;
- участвует в распределении студентов по рабочим местам или перемещении их по видам работ;
- проводит индивидуальные и групповые консультации в ходе практики;
- проверяет ход прохождения практики студентами на базах практики;
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к дипломному проекту (работе);
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП СПО;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися;
- 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.

Руководитель практики от профильной организации:

- согласовывает задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляет рабочие места обучающимся, назначают руководителей практики от организации, определяют наставников;
- оценивает уровень освоения обучающимся в период прохождения практики общих и профессиональных компетенций;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимися, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

семестр	недели	Объем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК\
<b>ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b>				
4	2	72	<b>ОК 01</b> <b>ОК 02</b> <b>ОК 03</b> <b>ОК 04</b> <b>ОК 05</b> <b>ОК 07</b> <b>ОК 09</b> <b>ПК 1.1.</b> <b>ПК 1.2.</b> <b>ПК 1.3.</b> <b>ПК 1.4.</b>	МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий <ol style="list-style-type: none"> <li>1. анализ состава рынка.</li> <li>2. проведение сегментирования на рынке.</li> <li>3. разработка плана проведения исследований потребителей.</li> <li>4. разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.</li> <li>5. подготовка плана проведения рекламной кампании.</li> </ol>
<b>ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>				
	2	72	<b>ОК 01</b> <b>ОК 02</b> <b>ОК 03</b> <b>ОК 04</b> <b>ОК 05</b> <b>ОК 07</b> <b>ОК 09</b> <b>ПК 2.1.</b> <b>ПК 2.2.</b>	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.</li> <li>2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.</li> <li>3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.</li> <li>4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.</li> <li>5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.</li> </ol>

				<p>6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.</p> <p>7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.</p> <p>8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.</p> <p>9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.</p> <p>10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии.</p> <p>11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.</p> <p>12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.</p>
<b>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</b>				
45	9	324	<p>ОК 01</p> <p>ОК 02</p> <p>ОК 03</p> <p>ПК 3.1.</p> <p>ПК 3.2.</p> <p>ПК 3.3.</p>	<p>МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p> <p>МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p> <p>1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия</p> <p>2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.</p> <p>3. Изготовить рекламный и/или PR материал.</p> <p>4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.</p> <p>5. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.</p>
<b>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b>				
	8	288	<p>ОК 01</p> <p>ОК 02</p> <p>ОК 03</p> <p>ОК 04</p> <p>ОК 05</p> <p>ОК 06</p> <p>ОК 09</p> <p>ПК 4.1.</p> <p>ПК 4.2.</p> <p>ПК 4.3.</p>	<p>МДК. 04.01 Разработка творческих рекламных решений</p> <p>1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика</p> <p>2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений</p> <p>3. Разработка рекламной продукции</p> <p>4. Сдача проекта заказчику</p>

			<b>ПК 4.4.</b>	МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки 1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Сдача проекта заказчику
--	--	--	----------------	--

## 2.2. Отчет о прохождении практики

Для прохождения производственной практики (по профилю специальности) обучающемуся выдается индивидуальное задание, предусмотренное программой практики (Вид работ по профессиональным модулям указан в тематическом плане практики). В период прохождения производственной практики (по профилю специальности) студентами ведется дневник практики, в котором отражаются виды работ по выполнению заданий по отдельным темам программы практики. Правильность выполнения студентами заданий определяет преподаватель ПЦК, осуществляющий руководство и проведение производственной практики (по профилю специальности). По результатам производственной практики (по профилю специальности) обучающимся составляется отчет.

Аттестация студентов по итогам практики проводится руководителем практики в форме дифференцированного зачета с учетом выполнения практических заданий, подтвержденных оформлением отчета по их выполнению.

По результатам каждого вида и этапа практики руководителями практики от организации и Университета формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристика на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

В период прохождения практики обучающимся ведется дневник практики. В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По результатам практики обучающимся составляется отчет, который утверждается организацией. Отчет по практике оформляется в соответствии с общими требованиями, принятыми в колледже.

Отчет о прохождении практики должен включать описание проделанной работы. В отчете должны быть освещены основные вопросы, предусмотренные программой практики, а также сформулированы выводы, к которым пришел практикант, и его предложения. Общий объем Отчета должен составлять не менее 6-10 страниц, без учета приложений и списка используемых источников.

Структура отчета по практике:

- титульный лист (Приложение 1);
- задание на практику (Приложение 2);
- дневник практики (Приложение 3 на трех листах);
- аттестационный лист (Приложение 4);
- характеристика на обучающегося (Приложение 5);
- оглавление;
- введение;

- основная часть;
- заключение;
- список используемых источников;
- приложения (не менее трех видов) (графики, схемы, таблицы, алгоритмы, иллюстрации и т.п.).

### **2.3. Оценка отчетов по практике**

Практика завершается зачетом при условии положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и колледжа об уровне освоения профессиональных компетенций; наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику.

Промежуточная аттестация практики состоит из публичной защиты обучаемого выполненной работы и оценки Отчета на соответствие установленным требованиям.

По результатам защиты студентами отчетов выставляется зачет по практике. После зачета по практике студент сдает экзамен по профессиональному модулю.

Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку за практику, не допускаются к экзамену по профессиональному модулю. Если у студента в аттестационном листе и/или характеристике не освоена хотя бы одна компетенция, предусмотренная программой практики, то студент не допускается к защите, и оценка «неудовлетворительно» выставляется за всю практику в целом.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или неявка на промежуточную аттестацию по практике без уважительных причин признаются академической задолженностью. Обучающиеся, не ликвидировавшие академическую задолженность по практике, подлежат отчислению в установленном порядке.

Обучающимся, не прошедшим практику по уважительным причинам, предоставляется возможность пройти практику в свободное от учебы время. Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку, не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации).

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

В период производственной практики образовательная организация, назначает руководителя практики от профессиональной образовательной организации. Руководитель практики оказывает методическую и консультационную групповую или индивидуальную помощь студентам в составлении и оформлении документации по практике, в подборе материалов для курсовых проектов.

Руководитель практики от предприятия организует практику студентов в своих подразделениях (отделе маркетинга и рекламы), обеспечивает студентов средствами обучения, назначает непосредственных наставников, которые отвечают за качество практической подготовки, оказывает методическую помощь студентам в подборе материалов для курсового проектирования, проводит с ними консультации по вопросам экономики, планирования раздела «маркетинга» в бизнес-плане проекта, передовых технологий производства, охраны труда и другим вопросам.

### **3.2. Кадровое обеспечение организации и проведения производственной практики.**

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой в образовательном учреждении:

высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла.

Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации специалистов, осуществляющих руководство практикой в организации:

Состав профессиональных кадров:

Руководителем практики от предприятия может быть назначен специалист из числа сотрудников рекламного отдела или рекламной кампании, отдела маркетинга или рекламы (маркетолог).

### **3.3. Учебно-методическое обеспечение**

#### **3.3.1. ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**

##### **Основные печатные издания**

1. Барышев А.Ф., Маркетинг, учебник, 6-е издание – М., Академия, 2019г.;
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020 год;
3. 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.
4. 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.
5. Филипп Котлер, Маркетинг от А до Я, «Альпина Паблицер», 2020г.

##### **Основные электронные издания**

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>

##### **Дополнительные источники**

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»;
2. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru;
4. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru;
5. Сайт о новостях маркетинга и рекламы Sostav.ru;
6. Интернет-издание о бизнесе, инновациях, маркетинге и технологиях

7. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России Akarussia.ru.

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

#### **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>.

#### **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/osr/](http://www.a-z.ru/assoc/osr/)
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/>

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

#### **Основные печатные издания**

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2019. – № 1. – С. 8-15.
3. 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.
4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.
5. 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.
6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.
8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
9. 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.
10. 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, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

#### **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/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
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 &quot;Advertising.ru&quot;: <http://www.advertising.ru>
9. Сайт &quot;Advertology.ru&quot;: [www.advertology.ru/](http://www.advertology.ru/)
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.

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

#### **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.

#### **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/>
  3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
  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/>.
  11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
  12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
  13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
  14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.
  15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photographer.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
  16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.
  17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».
  18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
  19. Уроки от Prophotos.
  20. Советы от Digital Camera World.
  21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
  22. Photonet learning — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
  23. Photomanual — доступно о фотографии.
  24. ВАРМ — уроки по мобильной фотографии
  25. Библиотека книг по фотографии.
4. КОНТР

#### **4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.**

Контроль и оценка практического опыта осуществляется с использованием следующих форм и методов:

- наблюдением за ходом выполнения видов работ;
- проверкой ведения дневника практики;
- заполнением аттестационного листа;
- проверкой отчёта по производственной практике;
- проведением аттестации в форме зачета.

Контроль освоения практического опыта по разным видам работ проверяется в соответствии с кодами проверяемых результатов.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Руководитель организации (предприятия)

\_\_\_\_\_

должность руководителя организации (предприятия)

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

МП « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20...г.

**ОТЧЕТ**  
**о прохождении производственной практики**  
**(по профилю специальности)**  
**по профессиональному модулю:**

ПМ... \_\_\_\_\_

Специальность: \_\_\_\_\_  
(наименование специальности)

Студента \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_ Форма обучения \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(фамилия имя отчество)

Место проведения практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(наименование организации (предприятия), юридический адрес)

Сроки прохождения практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Отчет сдан «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики от организации (предприятия)

\_\_\_\_\_

должность,

\_\_\_\_\_

название профильной организации

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

дата

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

Руководитель практики от колледжа

\_\_\_\_\_

должность

\_\_\_\_\_

ученое звание, ученая степень

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

дата

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

Оценка о защите отчета « \_\_\_\_\_ »

Долгопрудный, 20\_\_ г.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Физико-технический колледж»  
(ГБПОУ «Физтех-колледж»)

**РАССМОТРЕНО**

на заседании предметной цикловой комиссии  
от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

**ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ**

1. \_\_\_\_\_  
(ФИО обучающегося указывается полностью)
2. Студента \_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы Форма обучения \_\_\_\_\_
3. Специальность: \_\_\_\_\_  
(наименование специальности)
4. Место проведения практики \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(наименование организации (предприятия), юридический адрес)
5. Вид практики Производственная практика (по профилю специальности) \_\_\_\_\_
6. Наименование профессионального модуля \_\_\_\_\_
7. Сроки прохождения практики с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.
8. Объем практики \_\_\_\_\_ часов

Календарный план проведения практики

№	Задание	Календарные сроки

Дата сдачи отчета «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

С программой практики ознакомлен:

Обучающийся

\_\_\_\_\_  
(ФИО обучающегося) \_\_\_\_\_  
подпись «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(дата ознакомления)

РАЗРАБОТАНО:

Руководитель практики от колледжа \_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_  
(ФИО руководителя) \_\_\_\_\_  
подпись «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(дата ознакомления)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от организации (предприятия) \_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_  
(ФИО руководителя) \_\_\_\_\_  
подпись «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(дата ознакомления)

МП

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Физико-технический колледж»  
(ГБПОУ «Физтех-колледж»)

**ДНЕВНИК**

**Прохождения производственной практики (по профилю специальности)**

По профессиональному модулю: \_\_\_\_\_

Специальность: \_\_\_\_\_

(наименование специальности)

Студента \_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы      Форма обучения \_\_\_\_\_

Место проведения практики \_\_\_\_\_

(наименование организации (предприятия), юридический адрес)

Сроки прохождения практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Долгопрудный, 20\_\_

**ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА**

По ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего распорядка

Обучающийся группы \_\_\_\_\_ Формы обучения \_\_\_\_\_

(ФИО указывается полностью)

Место проведения практики \_\_\_\_\_

(наименование организации (предприятия), юридический адрес)

Сроки прохождения практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Вид инструктажа	Инструктаж проведен	Обучающийся ознакомлен
По требованиям охраны труда	_____ Должность _____ И.О. Фамилия _____ Подпись «__» _____ 20__ г.	_____ Подпись обучающегося «__» _____ 20__ г.
По технике безопасности	_____ Должность _____ И.О. Фамилия _____ Подпись «__» _____ 20__ г.	_____ Подпись обучающегося «__» _____ 20__ г.
По пожарной безопасности	_____ Должность _____ И.О. Фамилия _____ Подпись «__» _____ 20__ г.	_____ Подпись обучающегося «__» _____ 20__ г.
По правилам внутреннего трудового распорядка	_____ Должность _____ И.О. Фамилия _____ Подпись «__» _____ 20__ г.	_____ Подпись обучающегося «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации (предприятия)

\_\_\_\_\_

Должность

Наименование организации  
МП

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия





## ХАРАКТЕРИСТИКА

1. \_\_\_\_\_  
(ФИО обучающегося указывается полностью)
2. Студента \_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы      Форма обучения \_\_\_\_\_
3. Специальность: \_\_\_\_\_  
(наименование специальности)
4. Место проведения практики \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(наименование организации (предприятия), юридический адрес)
5. Вид практики    Производственная практика (по профилю специальности) \_\_\_\_\_
6. Наименование профессионального модуля \_\_\_\_\_
7. Сроки прохождения практики с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.
8. Объем практики \_\_\_\_\_ часов

За время прохождения практики студент в соответствии с индивидуальным заданием и программой практики показал следующие результаты: (Обведите цифру, соответствующую степени сформированности компетенции)

5 – компетенция сформирована в максимальной степени

4 – компетенция сформирована хорошо

3 – компетенция сформирована на среднем уровне

2 – компетенция сформирована слабо

1 – компетенция не сформирована

Коды ОК	Общие компетенции (для всех модулей единый)	Оценка компетенции в баллах				
		1	2	3	4	5
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	1	2	3	4	5
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	1	2	3	4	5
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	2	3	4	5
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	1	2	3	4	5
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	1	2	3	4	5
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	1	2	3	4	5
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	1	2	3	4	5

ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	1	2	3	4	5
-------	---	---	---	---	---	---

Общие компетенции, предусмотренные программой практики \_\_\_\_\_ Освоены/не освоены

Укажите дополнительные качества, которые характеризуют молодого специалиста, но не указаны выше, а также Ваши замечания \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

В соответствии с аттестационным листом от «.....» ..... 20... г.  
 профессиональные компетенции \_\_\_\_\_

Освоены/не освоены

Заключение: считаю возможным оценить работу студента на оценку «\_\_\_\_\_»

Руководитель практики от колледжа \_\_\_\_\_

Должность

\_\_\_\_\_

ФИО

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

дата

Руководитель практики от организации (предприятия) \_\_\_\_\_

Должность

\_\_\_\_\_

ФИО

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

дата

МП