

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
профессионального модуля

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования
рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных
креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям
служащих

для специальности
42.02.01 Реклама

Москва
2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. N 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22 августа 2023 г. № 74908)

Внутренняя экспертиза:
Заведующая УМУ Заметта Д.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

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

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

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

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, в части освоения основных видов деятельности (ВД):

- Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;
- Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

Перечень общих компетенций:

| Код | Наименование общих компетенций |
|------------|---|
| ОК 01. | <i>Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</i> |
| ОК 02. | <i>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</i> |
| ОК 03 | <i>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</i> |
| ОК 04. | <i>Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</i> |
| ОК 05. | <i>Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</i> |
| ОК 06 | <i>Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения</i> |
| ОК 07 | <i>Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</i> |

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

Перечень профессиональных компетенций:

Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

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

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

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

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

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

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

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

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

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам освоения

Для овладения указанными видами деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы учебной практики должен:

| ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта | |
|--|--|
| иметь практический опыт в: | Определять целевую аудиторию и целевые группы; |
| | Проводить анализ объема рынка |
| | Проводить анализ конкурентов |

| | |
|---|--|
| | Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. |
| знать: | основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте |
| уметь: | <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p> <p>анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж;</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> |
| ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций | |
| иметь практический опыт в: | Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| знать: | методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний |
| уметь: | <p>находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации VTL-акций;</p> <p>разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;</p> <p>способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком</p> |
| ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий | |
| иметь практический опыт в: | Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий |
| знать: | специфику механизма торгового бренда; новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью онлайн технологий |
| уметь: | <p>Разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;</p> <p>планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;</p> <p>запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности</p> |
| ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях | |
| иметь практический опыт в: | владеть основами дизайна, создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию |
| знать: | приемы и методы проектирования рекламного продукта; офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения |

| | |
|--------|--|
| уметь: | применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки; настраивать контекстную и таргетированную рекламу |
|--------|--|

Требования к формированию личностных результатов

| Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы) | Код личностных результатов реализации программы воспитания |
|--|--|
| Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе, и современном мировом сообществе. Сознательное единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве | ЛР 1 |
| Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками | ЛР 2 |
| Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней | ЛР 3 |
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к | ЛР 4 |

| | |
|--|--------------|
| <p>непрерывному образованию течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»</p> | |
| <p>Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права</p> | ЛР 5 |
| <p>Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации</p> | ЛР 6 |
| <p>Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей</p> | ЛР 7 |
| <p>Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение</p> | ЛР 8 |
| <p>Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных склонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде</p> | ЛР 9 |
| <p>Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира,</p> | ЛР 10 |

| | |
|--|---------------------|
| <p>проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них</p> | |
| <p>Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике</p> | <p>ЛР 11</p> |
| <p>Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания</p> | <p>ЛР 12</p> |
| <p>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</p> | |
| <p>Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности</p> | <p>ЛР 13</p> |
| <p>Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость</p> | <p>ЛР 14</p> |
| <p>Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий</p> | <p>ЛР 15</p> |
| <p>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)</p> | |
| <p>Демонстрирующий профессиональные умения и навыки, проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности; возможности реализации собственных жизненных планов; отношение к</p> | <p>ЛР 16</p> |

| | |
|---|--------------|
| <p>профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем; Способный продуктивно и добросовестно трудиться, и реализовать свой личностный потенциал в профессиональной деятельности. Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности.</p> | |
| <p>Мотивированный к самообразованию и развитию. Признающий ценность образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности. Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику, сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению.</p> | ЛР 17 |
| <p>Проявляющий культуру потребления информации, умение и навыки пользования компьютерной техникой и специализированными программами; навыки отбора и критического анализа информации, умение ориентироваться в информационном пространстве (в том числе в сетевом)</p> | ЛР 18 |
| <p>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса (при наличии)</p> | |
| <p>Проявляющий сознательное отношение к труду; добросовестность и ответственность за результат учебной деятельности; демонстрирующий интерес к будущей профессии; демонстрирующий навыки здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся</p> | ЛР 19 |
| <p>Проявляющий мировоззренческие установки на отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся</p> | ЛР 20 |
| <p>Демонстрирующий интерес к участию и проведению мероприятий культурно-спортивной направленности (концерты, конкурсы, соревнования, фестивали, экскурсии, выставки и т.д.)</p> | ЛР 21 |

1.3. Количество часов на освоение программы учебной практики:

по ПМ.01. – 36 часа, в том числе в форме практической подготовки – 36 часа.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

По ПМ.02 – 36 часа, в том числе в форме практической подготовки – 36 часа.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

По ПМ.03 – 72 часа, в том числе в форме практической подготовки – 72 часа.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

По ПМ.04 – 36 часов, в том числе в форме практической подготовки – 36 часов.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

По ПМ.05 - 72 часа, в том числе в форме практической подготовки – 72 часа.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Структура учебной практики

| Наименование разделов учебной практики | Кол-во часов |
|--|--------------|
| ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта | 36 |
| ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | 36 |
| ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий | 72 |
| ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях | 36 |
| ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих | 72 |
| Всего | 252 |

2.2. Содержание учебной практики

| Вид деятельности | Виды работ | Наименование МДК с указанием разделов (тем), обеспечивающих выполнение видов работ | Всего часов |
|--|--|--|-------------|
| ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта | Виды работ 1. Организация и проведение маркетинговых исследований для оценки конкурентной среды рынка 2. Проведение маркетингового исследования внешней среды организации. 3. Маркетинговые исследования рынка. 4. Проведение сегментации 5. Позиционирование. Составление матрицы позиционирования 6. Использование анализа товара для сегментирования рынка. 7. Коммуникационная политика предприятия 8. Оформление отчета по результатам учебной практики. | Раздел 1. Поведение потребителей МДК 01.01 Поведение потребителей Тема 1.1 Целевая аудитория и целевые группы Раздел 2. Маркетинговая деятельность в организации МДК 01.02 Маркетинг в рекламе Тема 2.1 Маркетинг, как философия управления бизнесом Тема 2.2 Комплекс маркетинга Тема 2.3 Маркетинговые коммуникации. Тема 2.4 Управление маркетинговой деятельностью. | 36 |
| Дифференцированный зачет | | | 2 |
| ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций | Виды работ 1. Разработка проекта симплесной рекламной кампании (по индивидуальному заданию) 2. Разработка комплексной рекламной кампании (по индивидуальному заданию) 3. Разработка рекламной кампании средствами BTL 4. Разработка стратегического и тактического планирования коммуникационных акций и мероприятий 5. Оформление отчета по результатам | Раздел 1. Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний МДК 02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний Тема 1.1 Основы организации и проведения коммуникационных кампаний Тема 1.2 Технологии PR как эффективный инструмент реализации коммуникационной кампании | 36 |

| | | | |
|---|---|---|----|
| мероприятий | учебной практики. | Раздел 2. Медиапланирование и медиабаинг МДК 02.02 Медиапланирование и медиабаинг Тема 2.1 Медиастратегии и медиапланирование | |
| Дифференцированный зачет | | | |
| Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий | Виды работ 1. Управление коммуникациями в Интернет 2. Медийная реклама в интернете. 3. Виды баннеров. 4. Способы продажи. 5. Контекстная реклама в интернете. 6. Спецфика видео как рекламного носителя. 7. Таргетированная реклама в социальных сетях. 8. Поисквая оптимизация: 9. Подготовка текстов для интернет-ресурсов. 10. Рассылки - механизмы работы, метрики эффективности, инструменты. 11. Обеспечение онлайн мероприятий. 12. Нестандартное продвижение - SMO, вирусный маркетинг. Медиамикс. 13. Тренды развития PR и рекламы в сети Интернет 14. Оформление отчета по результатам учебной практики. | Раздел 1. Цифровой маркетинг: SMM-продвижение товаров и услуг МДК.03.01 Цифровой маркетинг: SMM-продвижение товаров и услуг Тема 3.1 Маркетинговые основы изучения интернет-рынка Тема 3.2 Особенности продвижения на различных интернет-площадках Тема 3.3 Эффективность рекламной деятельности: ключевые метрики коммуникационного дизайна Раздел 2. Коммуникационные инструменты интернет- среды МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды Тема 3.4 Основы цифровых коммуникаций Тема 3.5 Виды и технологии цифровых коммуникаций | 2 |
| Дифференцированный зачет | | | |
| ПМ.04 Создание ключевых вербальных и | Виды работ 1. Эскизирование, разработка основных элементов шрифтового плаката. | Раздел 1 Художественное проектирование рекламного продукта МДК.04.01 Художественное | 36 |

| | | | |
|---|---|--|---------------------------------------|
| <p>визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p> | <ol style="list-style-type: none"> 2. Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля. 3. Визуализация фирменного блока. 4. Создание эскиза наружной вывески или витрины 5. Разработка дизайн-проект полиграфической продукции 6. Разработка дизайн-проекта упаковочной коробки 7. Создание обтяжки на транспорте. 8. Разработка нестандартной рекламной установки. 9. Разработка дизайн – проекта экспозиции. 10. Создание на ПК электронной презентации. 11. Создание раскадровки ролика на предложенную тему. 12. Управление коммуникациями в Интернет 13. Оформление отчета по результатам учебной практики. | <p>проектирование рекламного продукта Тема 4.1 Технологии создания рекламного продукта. Тема 4.2 Фирменный стиль Раздел 2 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта Тема 4.3 Творческая концепция в рекламе Раздел 3. Производство рекламного продукта МДК 04.03 Производство рекламного продукта Тема 4.4 Технологии производства рекламного продукта Тема 4.5 Технологии производства Интернет-рекламы. Тема 4.6 Применения средств графического дизайна для создания рекламного продукта Тема 4.7 Рекламное портфолио</p> | |
| <p>Дифференцированный зачет ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Осуществление работы по поиску и привлечению клиентов. 2. Осуществление работы с клиентской базой. 3. Оформление заказа с применением офисной оргтехники. 4. Составление договора, с учетом применения правовых знаний. 5. Составление брифа с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. | <p>МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего "20032 Агент рекламный» Тема 1.1 Рекламная деятельность по поиску и привлечению клиентов Тема 1.2. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии Тема 1.3. Компьютерные технологии в деятельности Агента рекламного</p> | <p style="text-align: center;">72</p> |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>6. Ведение переговоров с заказчиком при составлении брифа и заключении договора.</p> <p>7. Разработка информационной листовки на основе ранее сформулированного задания (по брифу), используя фотографии, изготовленные подрядной организацией. Листовка содержит в себе изображение, рекламный текст. 8. Аудиторная презентация идеи готового рекламного проекта.</p> <p>9. Составление творческого брифа для проведения фотосъемки.</p> <p>10. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения.</p> <p>11. Разработка рекламного текста с учетом различных типов рекламы.</p> <p>12. Создание бейджа: составление текста бейджа, разработка дизайна бейджа, подготовка изображения с применением компьютерных технологий.</p> <p>13. Подготовка изобразительных материалов для визуального образа рекламной акции.</p> <p>14. Разработка визуального имиджа рекламной акции.</p> <p>15. Создание и анимирование рисованных объектов в программе PowerPoint.</p> <p>16. Вставка звука и видеоклипов в презентацию.</p> <p>17. Создание рекламного баннера.</p> <p>18. Создание рекламной презентации.</p> <p>19. Экспорт презентации. Изменение типа файла.</p> <p>20. Сохранение презентации как видеозапись.</p> | | |
|--|---|--|--|

| | | | |
|---------------------------------|---|--|------------|
| | <p>21. Размещение в Интернет PowerPoint-презентаций.</p> <p>22. Создание бланка организации.</p> <p>23. Работа с иллюстрациями. Создание приглашительного билета, рекламного объявления, программы мероприятия.</p> <p>24. Публикация документов Word.</p> <p>25. Поиск информации по заданной теме.</p> <p>26. Создание почта в gmail. Регистрация в Twitter. Создание личной странички.</p> <p>27. Публикация информации и документов (фото, видео) на «стене».</p> <p>28. Создание группы, обмен данными и информацией в группе.</p> | | |
| Дифференцированный зачет | | | |
| Всего | | | 252 |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная практика проводится в учебных аудиториях образовательной организации.

| |
|--|
| <p>Учебная аудитория (кабинет «Композиции, рисунка и живописи») для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов</p> <p>Специализированная мебель: учебная мебель (стул с пюпитром) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска; мольберты; натюрмортный фонд, включающий гипсовые модели головы, геометрических тел, драпировки.</p> <p>Технические средства обучения: компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, телевизор.</p> <p>Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Перечень свободно распространяемого программного обеспечения: Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.</p> |
| <p>Учебная аудитория (лаборатория компьютерного дизайна; лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория) для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов</p> <p>Специализированная мебель: комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска.</p> <p>Технические средства обучения: компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; проектор; экран.</p> <p>Перечень свободно распространяемого и лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Перечень свободно распространяемого программного обеспечения: Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ</p> |
| <p>Библиотека (читальный зал, помещение для самостоятельной работы обучающихся)</p> <p>Специализированная мебель: комплект учебной мебели, в т.ч. адаптивные парты для лиц с ОВЗ и инвалидов.</p> <p>Технические средства обучения: компьютеры в сборе; телевизор Sharp; беспроводная клавиатура Clevo с большими ярко окрашенными кнопками и разделителем для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; роллер, заменяющий компьютерную мышь, для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; видеоувеличитель электронный ручной, позволяющий читать слабовидящим людям плоскочечатный текст на мониторе (экране) с возможностью</p> |

| |
|--|
| <p>увеличения текста; портативный дисплей Брайля Focus 14 Blue, включающий точечную клавиатуру, возможность подключения к ПК; клавиатура со шрифтом Брайля; наушники; колонки.</p> <p>Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:</p> <p>Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:</p> <p>Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.</p> |
| <p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (методический кабинет)</p> <p>Специализированная мебель:</p> <p>комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска.</p> <p>Технические средства обучения:</p> <p>компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.</p> <p>Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:</p> <p>Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:</p> <p>Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.</p> |

3.2. Информационное обеспечение обучения

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ – от 13.03.2006 г. М.: ИНФРА-М, 2006

Основные печатные издания

1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2017. -240 с
2. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учеб. пособие для среднего проф. образования/ Е.Н.Кнышова. -М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с.. -("Проф. образование")
3. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
4. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.
5. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 159 с.

Основная литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947>
2. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-507-44709-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/238658>

Дополнительная литература:

1. Дальдинова, Э. О. Г. Функции и цели рекламы / Э. О. Г. Дальдинова, Д. Ю. Зодьбинова // Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований : сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 13 мая 2020 года. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2020. – С. 97-99. Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0.Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356056>

Интернет-источники:

1. www.adme.ru
2. www.rastudent.ru
3. www.rosdesign.com
4. www.sostav.ru
5. www.fas.gov.ru
6. www.akarussia.ru

3.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Адаптация рабочей программы профессионального модуля проводится при реализации адаптивной образовательной программы (при предоставлении индивидуальной программы реабилитации или абилитации (ИПРА) инвалида разрабатывается в соответствии с его потребностями) – в целях обеспечения права инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на получение профессионального образования, создания необходимых для получения среднего профессионального образования условий, а также обеспечения достижения обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья результатов формирования практического опыта.

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте ММУ (<http://www.mi.university>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

3.4. Оснащение баз практик

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную практику.

Учебная практика реализуется в лабораториях, мастерских Университета или профильных организациях и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей.

Оборудование организаций и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по виду деятельности.

Аттестация по итогам учебной практики – дифференцированный зачет - проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики и приёма отчетов, а также сдачи обучающимися дифференцированного зачета.

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
|--|--|--|
| ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. | <ul style="list-style-type: none"> - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж; - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций; - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан; - способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком; - Разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете; - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности; - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки; - настраивать контекстную и таргетированную рекламу. | Отчет по учебной практике. Дифференцированный зачет |
| ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка | | |
| ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов | | |
| ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. | | |
| 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. | | |
| ПМ.3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга | | |

| | | |
|---|---|---|
| <p>в социальных сетях.</p> <p>ПМ.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии</p> <p>ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.</p> <p>ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.</p> | | |
| <p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p> | <p>Выбор оптимальных способов решения профессиональных задач применительно к различным контекстам.</p> | <p>Оценка эффективности и качества выполнения задач</p> |
| <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> | <p>Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников получения информации, включая Интернет-ресурсы.</p> | <p>Оценка эффективности и качества выполнения задач</p> |
| <p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p> | <p>Умение постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач; Своевременность сдачи практических заданий, отчетов по практике; Рациональность распределения времени при выполнении практических работ с соблюдением норм и правил внутреннего распорядка.</p> | <p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | | конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | Взаимодействие с коллегами, руководством, клиентами, самоанализ и коррекция результатов собственной работы. | Экспертное наблюдение и оценка результатов формирования поведенческих навыков в ходе обучения |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | Использование механизмов создания и обработки текста, а также ведение деловых бесед, участие в совещаниях, деловая телефонная коммуникация. | Оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; составлять документацию, относящуюся к процессам профессиональной деятельности на государственном и иностранном языках. | Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках |