

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
К ПРОГРАММЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**для специальности
42.02.01 Реклама**

**Москва
2026**

Методические рекомендации к программе производственной практики составлены 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.

1. Общие положения

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 (ФГОС СПО).

Практика является обязательным разделом ППССЗ. 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.

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:

Код	Наименование результата обучения
	<i>Профессиональные компетенции</i>
ПМ.01 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.
ПМ.02 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.
ПМ.03 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.
ПМ.04 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.
	<i>Общие компетенции</i>
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 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Программа производственной практики 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.

Цели и задачи производственной практики

Производственная практика 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, ПМ.05 ППССЗ СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО специальности и закрепленных 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.

Цели производственной практики:

– 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:

- 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

Продолжительность производственной практики, сроки проведения практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ППСЗ 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 кафедры.

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.

2. Требования к студентам при прохождении производственной практики

Для прохождения производственной практики 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 дифференцированный 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.

3. 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.

4. Тематический план производственной практики

Объем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК
36	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ОК 01- ОК 09.	<p>МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов Тема 1.1 Сущность и значение анализа целевой аудитории Тема 1.2. Комплексное изучение рынка Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов</p> <p>МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Тема 2.1 Сущность рекламных и коммуникационных кампаний</p>

Объем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК
36	ОК 01- ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2	<p>МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Тема 1.1 Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования Тема 1.2 Структура и этапы создания стратегического брифа</p> <p>МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Тема 2.1 Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега</p>

Объем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК
36	ОК 01- ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3	<p>МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет Тема 3.1 Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете Тема 3.2 Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете</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 Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения</p> <p>МДК.03.03 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности Тема 3.1 Сущность и характерные черты современного менеджмента</p>

Объем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК
		<p>Тема 3.2 Целенаправленность управления</p> <p>Тема 3.3. Планирование как функция менеджмента</p> <p>Тема 3.4 Организация как функция менеджмента</p> <p>Тема 3.5. Контроль и регулирование</p> <p>Тема 3.6. Социофакторы и этика менеджмента</p> <p>Тема 3.7. Организация и планирование рекламных кампаний</p> <p>Тема 3.8 Медиапланирование</p> <p>Тема 3.9 Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности</p>

Объем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		
36	ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3. ОК 01 - ОК 09.	<p>МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений</p> <p>Тема 1.1 Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы</p> <p>Тема 1.2. Рекламное проектирование</p> <p>Тема 1.3. Проектирование печатной рекламы</p> <p>Тема 1.4. Проектирование рекламы в онлайн среде</p> <p>Тема 1.5. Проектирование наружной рекламы</p> <p>МДК.04.02 Художественное проектирование рекламного продукта</p> <p>Тема 2.1 Технология создания рекламного продукта.</p> <p>Тема 2.2 Фирменный стиль</p> <p>МДК 04.03 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Тема 3.1 Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator</p> <p>Тема 3.2 Основы растровой графики. Программа Photoshop</p> <p>Тема 3.3. Использование студийного оборудования, Технология фотогравирования</p> <p>Тема 3.4. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления</p> <p>Тема 3.5. Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>Тема 3.6. Производство рекламной продукции</p> <p>МДК 04.04 Выполнение рекламных проектов в материале</p> <p>Тема 4.1 Психология восприятия рекламного продукта потребителем</p> <p>Тема 4.2 Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации</p> <p>Тема 4.3 Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации</p> <p>МДК 04.05 Проектная компьютерная графика и мультимедиа</p> <p>Тема 5.1 Основы компьютерной графики. Представление графических данных</p> <p>Тема 5.2. Растровая и векторная графика</p> <p>Тема 5.2 Свет и цвет в компьютерной графике</p> <p>Тема 5.3 Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации</p>

Объем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК
		<p>Тема 5.4 Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта</p> <p>Тема 5.6. Редактор Macromedia Flash. Использование графики. Объекты в Macromedia Flas</p> <p>Тема 5.7 Основы проектирования Web-страниц</p> <p>МДК 04.06 Техника и технологии рекламной фотографии</p> <p>Тема 6.1 Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки. Основы экспонометрии</p> <p>Тема 6.2 Организация пространства кадра</p> <p>Тема 6.3 Фотосъемка жанра</p> <p>Тема 6.4 Цветоделение и цветовоспроизведение. Особенности съемки цветной и черно-белой фотографии</p> <p>МДК 04.07 Техника и технологии рекламного видео</p> <p>Тема 7.1 История телевизионного ролика, функции рекламного ролика. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции</p> <p>Тема 7.2. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы. Естественный и искусственный свет. Экспонометри</p> <p>Тема 7.3. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса. Съемочный процесс. Видеомонтаж, кадр и монтаж</p>

5. Отчет о прохождении практики

Для прохождения производственной практики обучающемуся выдается индивидуальное задание, предусмотренное программой практики (Вид работ по профессиональным модулям указан в тематическом плане практики).

В период прохождения производственной практики студентами ведется дневник практики, в котором отражаются виды работ по выполнению заданий по отдельным темам программы практики. Правильность выполнения студентами заданий определяет преподаватель кафедры, осуществляющий руководство и проведение производственной практики. По результатам производственной практики 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 Университете.

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.).

6. Оценка отчетов по практике

Практика завершается дифференцированным зачетом при условии положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и Университета 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. Индивидуальный перенос сроков практики по уважительным причинам осуществляется в соответствии с приказом ректора. Основанием для приказа о переносе является заявление обучающегося, согласованное с председателем предметно-цикловой комиссии и документы, обосновывающие причины необходимости переноса сроков практики. Приказом определяется место и время повторного прохождения практики.

Результаты прохождения практики представляются обучающимся в Университет и учитываются при прохождении государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации).

Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку, не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации).

7. Учебно-методическое, информационное обеспечение практики

Перечень рекомендуемых учебных изданий, (печатных и (или) электронных), интернет-ресурсов, дополнительной литературы

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. Единое окно доступа к информационным ресурсам: <http://window.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов». <http://school-collection.edu.ru/>
3. Научная электронная библиотека, [Электронный ресурс], – Режим доступа: www.elibrary.ru
4. Новая электронная библиотека www.newlibrary.ru
5. Электронная библиотека учебных материалов [Книги \(nehudlit.ru\)](http://nehudlit.ru)
6. Бесплатный интерактивный онлайн-сервис для разработки, проверки и закрепления уже полученных знаний <https://learningapps.ru/>
7. Сайт «Всё для студента» <https://www.for-stydents.ru> Все для студента - шпаргалки, учебники, лекции (for-stydents.ru)
8. Журнал «Бренд-менеджмент» <https://grebennikon.ru/journal/7/>

9. <http://www.clickz.ru/> - ежедневный журнал о рекламе в Сети Интернет
10. Журналы о рекламе <https://propel.ru/jornal/>
11. История изобразительного искусства: <http://www.arthistory.ru/>
12. История искусств и биографии, художники и картины, скульптуры и графика
<http://iskusstvu.ru/>
13. <https://prosmi.ru/> - журнал «Практика рекламы»
14. <http://www.advi.ru/> - журнал «Рекламные идеи»
15. <https://www.koob.ru/advertising/> - электронная библиотека
16. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
17. www.advertology.ru
18. www.reklamist.com - «Энциклопедия Рекламных Знаний»
19. <http://www.iaa.ru/> - Международная рекламная ассоциация, российское отделение
20. [www. AdVesti.ru](http://www.AdVesti.ru) - о рекламе и маркетинге в России и мире

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.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Специальность:

.....
42.02.01 Реклама

.....
(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 Университета

.....
должность, название структурного подразделения

.....
ученое звание, ученая степень

.....
подпись

.....
дата

.....
И.О. Фамилия

Оценка о защите отчета

« »

Москва
20_

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

.....
ученое звание, ученая степень

.....
подпись

.....
И.О. Фамилия

« » 20...г.

ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ

1.
(Ф.И.О. обучающегося указывается полностью)

2. Студента курса группы Форма обучения

3. Специальность: 42.02.01 Реклама

4. Место проведения практики

.....
(наименование организации (предприятия), юридический адрес)

5. Вид практики **Производственная практика (по профилю специальности)**

6. Наименование профессионального модуля

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

7. Сроки прохождения практики с «.....» 20...г. по «.....» 20...г.

8. Объем практики 36 часов

Календарный план проведения практики

№	Задание	Календарные сроки

Дата сдачи отчета «.....» 20...г.

С программой практики ознакомлен:

Обучающийся

.....
(Ф.И.О. обучающегося)

.....
подпись

«.....» 20... г.
(дата получения задания)

РАЗРАБОТАНО:

Руководитель практики от Университета

.....
(ученая степень, звание)

.....
(Ф.И.О. руководителя)

.....
подпись

«.....» 20... г.
(дата ознакомления)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от организации (предприятия)

.....
(должность)

.....
(Ф.И.О. руководителя)

.....
подпись

«.....» 20... г.
(дата ознакомления)

МП

Автономная некоммерческая организация высшего образования
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ДНЕВНИК
прохождения производственной практики

по профессиональному модулю:

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Специальность: _____ 42.02.01 Реклама

(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.

Москва
20_

ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА
по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего распорядка

Обучающийся группы _____ Форма обучения _____

(Ф.И.О. 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	<small>(должность)</small>	
	<small>(И.О. Фамилия)</small>	<small>(подпись обучающегося)</small>
	<small>(подпись)</small>	
	«.....» 20... г.	«.....» 20... г.
по технике безопасности	<small>(должность)</small>	
	<small>(И.О. Фамилия)</small>	<small>(подпись обучающегося)</small>
	<small>(подпись)</small>	
	«.....» 20... г.	«.....» 20... г.
по пожарной безопасности	<small>(должность)</small>	
	<small>(И.О. Фамилия)</small>	<small>(подпись обучающегося)</small>
	<small>(подпись)</small>	
	«.....» 20... г.	«.....» 20... г.
по правилам внутреннего трудового распорядка	<small>(должность)</small>	
	<small>(И.О. Фамилия)</small>	<small>(подпись обучающегося)</small>
	<small>(подпись)</small>	
	«.....» 20... г.	«.....» 20... г.

Руководитель практики от организации (предприятия)

должность,

название профильной организации

подпись

И.О. Фамилия

МП

Содержание работ

Обучающийся группы _____ Форма обучения _____

(Ф.И.О. указывается полностью)

Место проведения практики _____

(наименование организации (предприятия), юридический адрес)

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

Дата	Содержание выполненных работ	Оценка	Подпись руководителя от организации
«...».....20... г.	Инструктаж по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего трудового распорядка (ВТР)		
«...».....20... г.	<i>Выполнение задания по тематическому плану</i>		
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.			
«...».....20... г.	<i>Подготовка отчета по практике</i>		

Руководитель практики от организации (предприятия)

.....
должность,

.....
название профильной организации

.....
подпись

.....
дата

.....
И.О. Фамилия

МП

Руководитель практики от Университета

.....
должность, название структурного подразделения

.....
ученое звание, ученая степень

.....
подпись

.....
дата

.....
И.О. Фамилия

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

1. _____
(Ф.И.О. обучающегося указывается полностью)
2. Студента _____ курса _____ группы Форма обучения _____
3. Специальность: _____ 42.02.01 Реклама
4. Место проведения практики _____

(наименование организации (предприятия), юридический адрес)
5. Вид практики **Производственная практика**
6. Наименование профессионального модуля
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
7. Сроки прохождения практики с «.....» 20...г. по «.....» 20...г.
8. Объем практики 36 часов

- 1 балл – Студент не справляется с решением/выполнением типовых профессиональных задач, не проявляет ни один из навыков, входящих в компетенцию;
- 2 балла – Студент не справляется с решением/выполнением типовых профессиональных задач, проявляет отдельные навыки, входящие в компетенцию;
- 3 балла – Студент решает/выполняет при консультационной поддержке преподавателя (наставника);
- 4 балла – Студент самостоятельно выполняет/решает типовые профессиональные задачи. Для решения нестандартных задач требуется консультационная поддержка преподавателя (наставника);
- 5 баллов – Все профессиональные (типовые и нестандартные) профессиональные задачи студент решает/выполняет самостоятельно.

Компетенции	Профессиональные компетенции, включающие в себя (для каждого периода практики по семестрам свои компетенции)	Оценка компетенции в баллах				
Вид профессиональной деятельности	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта					
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы	1	2	3	4	5
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка	1	2	3	4	5
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов	1	2	3	4	5
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1	2	3	4	5

Профессиональные компетенции, предусмотренные программой практики _____
Освоены/не освоены

Руководитель практики от Университета _____
(ученая степень, звание)
«.....» 20... г.
(Ф.И.О. руководителя) _____ (подпись) (дата ознакомления)

Руководитель практики от организации (предприятия) _____
(должность)
«.....» 20... г.
(Ф.И.О. руководителя) _____ (подпись) (дата ознакомления)

МП

ХАРАКТЕРИСТИКА

1. _____
(Ф.И.О. обучающегося указывается полностью)

2. Студента _____ курса _____ группы Форма обучения _____

3. Специальность: _____ 42.02.01 Реклама

4. Место проведения практики _____

(наименование организации (предприятия), юридический адрес)

5. Вид практики **Производственная практика**

6. Наименование профессионального модуля
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

7. Сроки прохождения практики с «...» 20... г. по «.....» 20... г.

8. Объем практики 36 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 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	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	1	2	3	4	5

