

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«Международный Колледж Бизнеса и Дизайна»
(АНО ПОО «Международный Колледж Бизнеса и Дизайна»)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО ПОО «МКБид»

_____ Н.Н.Репин

«__»_____2025 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
К ПРОГРАММЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(по профилю специальности)
для специальности
42.02.01 Реклама**

Москва

2025

Методические рекомендации к программе производственной практики (по профилю специальности) 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:

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.
Общие компетенции	
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 духовнонравственных 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 (по профилю специальности) разработана применительно к действующему учебному плану специальности, является основным учебнометодическим 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 (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 предметноцикловой 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.

2. 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 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 Колледжа

- ☐ 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 обучающимися 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 (по профилю специальности)

Се ме стр	Об ъем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта			
2	72	ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ОК 01- ОК 09.	МДК 01.01 Поведение потребителей Тема 1.1 Целевая аудитория и целевые группы 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

Се ме стр	Об ъем часов	Компетенции	Содержание практики по темам МДК
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			
2	72	ОК 01- ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2	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 инструментарий реализации коммуникационной кампании МДК 02.02 Медиапланирование и медиабаннг Тема 2.1 Медиастратегии и медиапланирование

Се ме стр		Об ъем час м ов	Компете нции	Содержание практики по темам МДК
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий				
Се ме стр		Об ъем час м ов	Компете нции	Содержание практики по темам МДК
3		72	ОК 01- ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3	МДК.03.01 Цифровой маркетинг: СММ-продвижение товаров и услуг Тема 3.1 Маркетинговые основы изучения интернет-рынка Тема 3.2 Особенности продвижения на различных интернетплощадках Тема 3.3 Эффективность рекламной деятельности: ключевые метрики коммуникационного дизайна МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды Тема 3.4 Основы цифровых коммуникаций Тема 3.5 Виды и технологии цифровых коммуникаций

Се ме стр		Об ъем час м ов	Компете нции	Содержание практики по темам МДК
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта				
4		72	ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3. ОК 01 - ОК 09.	МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта Тема 4.1 Технология создания рекламного продукта. Тема 4.2 Фирменный стиль МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта Тема 4.3 Творческая концепция в рекламе МДК 04.03 Производство рекламного продукта Тема 4.4 Технологии производства рекламного продукта Тема 4.5 Технология производства Интернет-рекламы. Тема 4.6 Применения средств графического дизайна для создания рекламного продукта Тема 4.7 Рекламное портфолио

5. 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 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 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. 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://Книги(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-stydenets.ru> **Всё для студента - шпаргалки, учебники, лекции (for-stydenets.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/journal/>
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