Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Артеменков Михаил Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.10.2026 17:30:31
Уникальный программный ключ:
a63b74166e8f4fc17bd1e0462725f79e393bfdf9

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»

«Утверждаю»
Проректор по учебно-
методической деятельности
Ю.А. Устименко
« ___» _____2026 г.

Рабочая программа практики
ПП.03.01 Производственная практика «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»
(Модуль 3. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)

Специальность: 42.02.01 Реклама (Реклама)
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Нормативный срок обучения: 2 года 10 месяцев
Форма обучения: очная

Руководитель офиса среднего профессионального образования Н.Д. Филиппова

Смоленск
2026

Содержание:

1. Общая характеристика рабочей программы практики
2. Структура и содержание практики
3. Условия реализации рабочей программы практики
4. Контроль и оценка результатов освоения практики

1. Общая характеристика рабочей программы практики

Планирование и организация практики на всех ее этапах должны обеспечивать: последовательное расширение круга формируемых у обучающихся умений, навыков, практического опыта и их усложнение по мере перехода от одного этапа практики к другому; целостность подготовки специалистов к выполнению основных трудовых функций; связь практики с теоретическим обучением.

Содержание всех этапов практики определяется требованиями к умениям и практическому опыту по каждому из профессиональных модулей ППССЗ СПО в соответствии с ФГОС СПО, рабочими программами практики.

Содержание всех этапов практики должно обеспечивать обоснованную последовательность формирования у обучающихся системы умений, целостной профессиональной деятельности и практического опыта в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности (профессии) среднего профессионального образования, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности (профессии).

1.1 Место практики в структуре ППССЗ

Рабочая программа **производственной** практики является составной частью ППССЗ СПО по специальности 42.02.01 Реклама, обеспечивающей реализацию ФГОС СПО, и относится к профессиональному циклу учебного плана, а именно: ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

1.2 Цель и задачи практики

Целью практики является комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности, формирование профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

Задачами практики являются:

- знакомство с основами будущей профессиональной деятельности;
- знакомство с предприятием, прохождение инструктажа по технике безопасности;
- ознакомление с должностными инструкциями в рамках кадровой позиции практиканта;
- анализ основных аспектов управленческой и профессиональной деятельности предприятия в соответствии с изученным профессиональным модулем;
- приобретение обучающимися навыков аналитической работы при разработке стратегии продвижения, выбора оптимальной стратегии и постановки задач объекта рекламирования продвижения в сети Интернет;
- выработка навыков реализации рекламной кампании в сети Интернет.

1.3 Количество часов на освоение программы практики:

Программа рассчитана на прохождение обучающимися ПП.03.02 Производственная практика Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий в объеме 72 часов.

1.4 Вид, способы и формы проведения практики (в том числе в форме практической подготовки).

Вид практики: **производственная** практика.

Способы проведения практики: выездная.

Формы проведения практики: дискретно по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практики.

Общие компетенции:

Код и наименование компетенции	Требования к умениям
1	2
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска
ОК 0 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
ОК 4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
ОК 6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.	Описывать значимость своей профессии (специальности); применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по профессии (специальности)

ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Уметь использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных, самообразовательных и профессиональных целях.

Профессиональные компетенции:

Вид деятельности	**Код и наименование компетенции**	**Требования к умениям и практическому опыту**
1	2	3
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Практический опыт: -аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет (П.1) -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет (П.2) Умения: -определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет (У.1) -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет (У.2).
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Практический опыт: -разработки рекламной кампании в сети Интернет (П). Умения: -подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения(У.1) -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА(У.2) -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность (У. 3) -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов (У.4) -обеспечивать качественное функционирования сайта -писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп (У.5) -находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА (У.6) -разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет (У.7) -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет (У.8) .
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы	Практический опыт: - реализации рекламной кампании в сети Интернет. (П). Умения: -использовать поисковые системы интернета (У.1) -использовать технологии поисково-контекстной рекламы (У.2) -использовать системы размещения

	и маркетинга в социальных сетях.	контекстномедийной рекламы (У.3) -использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете (У.4) -размещать рекламные материалы в социальных медиа (У.5) -создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях (У.6) -разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика (У.7) -доводить информацию заказчика до ЦА (У.8) -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество (У.9) -использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями (У.10) -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет (У.11) .

2. Структура и содержание практики

2.1 Тематический план и содержание практики

Виды работ	Задания по практике	Наименование лаборатории, необходимое оборудование	Кол-во часов	Планируемые результаты
1	2	3	4	5
Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места. Назначение руководителя практики от организации.	Задание 1.	Помещение на базе практики, включающее: -рабочее место с аудиовизуальным оборудованием; -посадочные места по количеству обучающихся; -компьютеры с программным обеспечением профессионального и общего назначения; -проектор с демонстрационным экраном; наглядные пособия. Кабинет социологических и маркетинговых исследований (Социологическая лаборатория) для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе: - стандартная учебная мебель (50 посадочных мест); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - кафедра для лектора (1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - напольный мобильный проекционный экран DA-LITE – (1 шт.); - мультимедиапроектор Aser (1 шт.); - ноутбук Lenovo (1 шт.); - колонки Genius (1 пара); - наглядные пособия; - дидактические материалы: 2. Помещение для организации	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09,

		самостоятельной и воспитательной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе: - персональные компьютеры с выходом в Интернет (15 шт.); - компьютерный студенческий стол (15 шт.); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - интерактивная доска SMART Board (1 шт.) - мультимедиа проектор InFokus (1 шт.).		
Создание клиентской базы для рекламного предприятия	Задание 2	Помещение на базе практики, включающее: -рабочее место с аудиовизуальным оборудованием; -посадочные места по количеству обучающихся; -компьютеры с программным обеспечением профессионального и общего назначения; -проектор с демонстрационным экраном; наглядные пособия. Кабинет социологических и маркетинговых исследований (Социологическая лаборатория) для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе: - стандартная учебная мебель (50 посадочных мест); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - кафедра для лектора (1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - напольный мобильный проекционный экран DA-LITE – (1 шт.); - мультимедиапроектор Aser (1 шт.); - ноутбук Lenovo (1 шт.); - колонки Genius (1 пара); - наглядные пособия; - дидактические материалы: 2. Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе: - персональные компьютеры с выходом в Интернет (15 шт.); - компьютерный студенческий стол (15 шт.); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - интерактивная доска SMART Board (1 шт.) - мультимедиа проектор InFokus (1 шт.).	16	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1. П1, П2, У1-У2 ПК 3.2. П, У.1-У.8 ПК 3.2. П1, У1-У11
Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на	Задание 3	Помещение на базе практики, включающее: -рабочее место с аудиовизуальным оборудованием; -посадочные места по количеству обучающихся;	14	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1.

предприятии		-компьютеры с программным обеспечением профессионального и общего назначения; -проектор с демонстрационным экраном; наглядные пособия. Кабинет социологических и маркетинговых исследований (Социологическая лаборатория) для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе: - стандартная учебная мебель (50 посадочных мест); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - кафедра для лектора (1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - напольный мобильный проекционный экран DA-LITE – (1 шт.); - мультимедиапроектор Aser (1 шт.); - ноутбук Lenovo (1 шт.); - колонки Genius (1 пара); - наглядные пособия; - дидактические материалы: 2. Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе: - персональные компьютеры с выходом в Интернет (15 шт.); - компьютерный студенческий стол (15 шт.); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - интерактивная доска SMART Board (1 шт.) - мультимедиа проектор InFokus (1 шт.).		П1, П2, У1-У2 ПК 3.2. П, У.1-У.8 ПК 3.2. П1, У1-У11
Изготовить рекламный и/или PR материал.	Задание 4	Помещение на базе практики, включающее: -рабочее место с аудиовизуальным оборудованием; -посадочные места по количеству обучающихся; -компьютеры с программным обеспечением профессионального и общего назначения; -проектор с демонстрационным экраном; наглядные пособия. Кабинет социологических и маркетинговых исследований (Социологическая лаборатория) для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе: - стандартная учебная мебель (50 посадочных мест); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - кафедра для лектора (1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - напольный мобильный проекционный экран DA-LITE – (1 шт.); - мультимедиапроектор Aser (1 шт.); - ноутбук Lenovo (1 шт.);	22	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1. П1, П2, У1-У2 ПК 3.2. П, У.1-У.8 ПК 3.2. П1, У1-У11

		- колонки Genius (1 пара); - наглядные пособия; - дидактические материалы: 2. Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе: - персональные компьютеры с выходом в Интернет (15 шт.); - компьютерный студенческий стол (15 шт.); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - интерактивная доска SMART Board (1 шт.) - мультимедиа проектор InFokus (1 шт.).		
Разработка структуры и схемы сайта	Задание 5	Помещение на базе практики, включающее: -рабочее место с аудиовизуальным оборудованием; -посадочные места по количеству обучающихся; -компьютеры с программным обеспечением профессионального и общего назначения; -проектор с демонстрационным экраном; наглядные пособия. Кабинет социологических и маркетинговых исследований (Социологическая лаборатория) для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе: - стандартная учебная мебель (50 посадочных мест); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - кафедра для лектора (1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - напольный мобильный проекционный экран DA-LITE – (1 шт.); - мультимедиапроектор Aser (1 шт.); - ноутбук Lenovo (1 шт.); - колонки Genius (1 пара); - наглядные пособия; - дидактические материалы: 2. Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе: - персональные компьютеры с выходом в Интернет (15 шт.); - компьютерный студенческий стол (15 шт.); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - интерактивная доска SMART Board (1 шт.) - мультимедиа проектор InFokus (1 шт.).	20	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1. П1, П2, У1-У2 ПК 3.2. П, У.1-У.8 ПК 3.2. П1, У1-У11
Подготовка	Задание 6	Помещение на базе практики, включающее:	8	ОК 01, ОК 02,

отчета. Оформление раздела отчета по практике..		-рабочее место с аудиовизуальным оборудованием; -посадочные места по количеству обучающихся; -компьютеры с программным обеспечением профессионального и общего назначения; -проектор с демонстрационным экраном; наглядные пособия. Кабинет социологических и маркетинговых исследований (Социологическая лаборатория) для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе: - стандартная учебная мебель (50 посадочных мест); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - кафедра для лектора (1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - напольный мобильный проекционный экран DA-LITE – (1 шт.); - мультимедиапроектор Aser (1 шт.); - ноутбук Lenovo (1 шт.); - колонки Genius (1 пара); - наглядные пособия; - дидактические материалы: 2. Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе: - персональные компьютеры с выходом в Интернет (15 шт.); - компьютерный студенческий стол (15 шт.); - стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - интерактивная доска SMART Board (1 шт.) - мультимедиа проектор InFokus (1 шт.).		ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1. П1, П2, У1-У2 ПК 3.2. П, У.1-У.8 ПК 3.2. П1, У1-У11

2.2 Перечень заданий по производственной практике ПП 03.01. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

Задание 1. Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места

Задание 2. Создание клиентской базы для рекламного предприятия

Задание 3. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии

Задание 4. Изготовить рекламный и/или PR материал.

Задание 5. Разработка структуры и схемы сайта

Задание 6. Подготовка отчета. Оформление раздела отчета по практике.

3. Условия реализации программы практики

3.1 Требования к базам практики

1. Специальное помещение: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации, оснащенное:

-стандартная учебная мебель (30 посадочных мест);
- стол и стул для преподавателя (по 1 шт.);
- кафедра для лектора (1 шт.);
- доска настенная трехэлементная (1 шт.);
- интерактивная доска (напольная) SMART BOARD (1 шт.);
- мультимедийный проектор NEC (1 шт.);
- ноутбук Asus(1 шт.);
- колонки Genius(1 пара);
- компьютерный студенческий стол (15 шт.);
- компьютерный стол преподавателя (1 шт.);
- монитор Acer (15 шт.);
- системный блок Kraftway (15 шт.);
- принтер Canon (1 шт.);
- наушники с микрофоном (15 шт.)

2. Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, оснащенное:
- персональные компьютеры с выходом в Интернет (15 шт.);
- компьютерный студенческий стол (15 шт.);
- стол и стул для преподавателя (по 1 шт.);
- доска настенная трехэлементная (1 шт.);
- интерактивная доска IQBoard;
- мультимедиа проектор Optoma PX 329 DLP;
- акустическая система 2.0 (3 шт.);
- наушники с микрофоном (15 шт.)

3.2 Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения рабочей программы практики

Для проведения производственной практики предусматривается:
- Календарный учебный график;
- График практик;
- Программа практики;
- Дневник по производственной практике;
- Отчет по производственной практике обучающихся.

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

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

2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2019. – № 1. – С. 8-15.

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

4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.

5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование,

создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 269 с.

6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.

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

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

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

10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

3.2.2. Дополнительные источники

1. Интернет-ресурсы:
1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение:http://www.iaa.ru/15
4. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru ;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": http://www.advertising.ru
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности:http://www.cprrd.ru/.

3.2.4 Программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный АО «Лаборатория Касперского», лицензия 1FB6-161215-133553-1-6231.

Microsoft Open License, лицензия 49463448 в составе:

1. Microsoft Windows Professional 7 Russian;
2. Microsoft Office 2010 Russian.

Обучающимся обеспечен доступ к ЭБС «Юрайт», ЭБС «IPRbooks», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, а также доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

4. Контроль и оценка результатов освоения практики

4.1 Контроль и оценка результатов практики осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Оценка результатов выполняется на основе фонда оценочных средств по практике и отчетных документов, подготовленных обучающимся.

Формой промежуточной аттестации по практике является дифференцированный зачет (зачет).

4.2 Для получения оценки по практике обучающийся обязан представить следующий **комплект отчетных документов**:

- заполненный дневник;
- отчет по практике, который формируется из отчетных документов по каждому дню практики по результатам выполненных заданий.

Требования к отчету по практике (оформление, содержание, методические материалы)

Отчет оформляется в соответствии с методическими указаниями по производственной практике по специальности 42.02.01 Реклама.

Отчет включает в себя:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть (текст отчета 25-30 страниц машинописного текста, чертежи, схемы, карты, макет презентации, графические изображения);
- заключение;
- приложения;
-аттестационный лист по итогам прохождения практики;
-характеристика на обучающегося от руководителя практики от организации;
-характеристика на обучающегося от руководителя практики от образовательной организации.

4.3 Процедура оценки результатов освоения общих и профессиональных компетенций

Процедура оценки результатов освоения общих и профессиональных компетенций осуществляется по итогам выполненных видов работ.

Вывод о достаточном или недостаточном уровне сформированности ОК и ПК руководитель практики делает на основе текущего контроля и отчетных документов обучающегося по практике.

Код и наименование компетенции	**Требования к умениям и практическому опыту**	**Формы контроля**
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Обучающийся должен **уметь**: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы. Экзамен по модулю.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для	Обучающийся должен **уметь**: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных

выполнения задач профессиональной деятельности	информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска	умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы. Экзамен по модулю.
ОК 0 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Обучающийся должен **уметь**: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы. Экзамен по модулю.
ОК 4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Обучающийся должен **уметь**: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы
ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Обучающийся должен **уметь**: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы. Экзамен по модулю.
ОК 6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.	Обучающийся должен **уметь**: описывать значимость своей профессии (специальности); применять стандарты антикоррупционного поведения	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы
ОК 7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	Обучающийся должен **уметь**: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по профессии (специальности)	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы. Экзамен по модулю.
ОК 09 Пользоваться	Обучающийся должен **уметь**:	Текущий контроль в форме

профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы. Экзамен по модулю.
ПК 2.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Обучающийся должен **уметь**: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. **практический опыт**: -аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы. Экзамен по модулю.
ПК 2.2. Проводить анализ объема рынка.	Обучающийся должен **уметь**: Умения: подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирования сайта -писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний	Текущий контроль в форме проверки результатов выполнения заданий практики. Демонстрация сформированных умений. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета, на котором оценивается отчет, дневник и ответы на вопросы. Экзамен по модулю.

	в сети Интернет. **практический опыт**: разработки рекламной кампании в сети Интернет	
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Обучающийся должен **уметь**: использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстномедийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; размещать рекламные материалы в социальных медиа; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет . **практический опыт**: реализации рекламной кампании в сети Интернет	