Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Артеменков Михаил Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.10.2026 17:40:02
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
УП.02.01 Учебная практика «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»
(Модуль 2. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)

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

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:

- анализ основных аспектов управленческой и профессиональной деятельности предприятия в соответствии с изученным профессиональным модулем;
- приобретение обучающимися практических навыков, знаний и умений для самостоятельной работы;
- выработка навыков создания обзоров научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов для профессиональной деятельности;

–формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с разработкой и осуществлением стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

– освоение форматов предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;

– использовать методы определения эффективности рекламных кампаний.

1.3 Количество часов на освоение программы практики:

Программа рассчитана на прохождение обучающимися УП.02.01 Учебная практика Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в объеме 36 часов.

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

Вид практики: **учебная** практика.

Способы проведения практики: стационарная.

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 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
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.	Практический опыт: - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций (П); Умения: - определять ключевые цели рекламной кампании (У.1); - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей PR(У.2) ; - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения(У.3) ; - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание (У.4) ; - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки(У.5) ; - определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач (У.6) ; - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) (У.7) ; - определять эффективность хода PR и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности (У.8);
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	Практический опыт: – предъявления результатов стратегии маркетинговых коммуникаций (П). Умения: - использовать современные приемы и технологии проведенияи управления системой маркетинговых коммуникаций(У.1); - составлять полнофункциональные брифы на PR с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды (У.2); - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг (У.3); - создавать план PR с учетом поставленных целей и задач (У.4); - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета (У.5); - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI (У.6); - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний (У.7); - преобразовывать требования заказчика в бриф (У.8); - доводить информацию заказчика до ЦА (У.9); - использовать методы и способы привлечения пользователей крекламной кампании (У.10); - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия (У.11); - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям (У.12); - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий(У.13); .

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
Проведение инструктажа по соблюдению требований по охране труда и пожарной безопасности в период прохождения практики.	Задание 1.	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.).	1	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13
Вводный инструктаж. Ознакомление с целями и задачами учебной практики.	Задание 2	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:	1	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13

		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.).		
Анализ потребительских свойств рекламируемого товара. Анализ состояния рынка	Задание 3	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.).	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13
Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя)	Задание 4	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	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13

		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.).		
Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании. Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы	Задание 5	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.).	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13
Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей. Составить план творческих работ	Задание 6	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:	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2.

		- 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, У1-У13
Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы	Задание 7	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.).	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13
Сформировать	Задание 8	Кабинет социологических и маркетинговых	4	ОК 01, ОК 02,

предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта		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 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13
Составить план-график проведения рекламной компании. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет). Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта	Задание 9	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.);	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13

		- стол и стул для преподавателя (по 1 шт.); - доска настенная трехэлементная (1 шт.); - интерактивная доска SMART Board (1 шт.) - мультимедиа проектор InFokus (1 шт.).		
Выполнение отчетной документации учебной практики. Согласно требованиям в установленный срок выполняется отчетная документация (дневник, отчет по практике). Просмотр работ.	Задание 10	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.).	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1. П1, У1-У8 ПК 2.2. П1, У1-У13

2.2 Перечень заданий по учебной практике УП 02.01. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Задание 1. Проведение инструктажа по соблюдению требований по охране труда и пожарной безопасности в период прохождения практики.

Задание 2. Вводный инструктаж. Ознакомление с целями и задачами учебной практики.

Задание 3. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара. Анализ состояния рынка

Задание 4. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя)

Задание 5. Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании. Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы

Задание 6. Составление плана проведения исследования рынка

Задание 7. Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей. Составить план творческих работ

Задание 8. Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы

Задание 9. Составить план-график проведения рекламной компании. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет). Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта

Задание 10. Выполнение отчетной документации учебной практики. Согласно требованиям в установленный срок выполняется отчетная документация (дневник, отчет по практике). Просмотр работ.

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 учебной практики предусматривается:

- Календарный учебный график;
- График учебной практик;
- Программа учебной практики;
- Дневник по учебной практике;
- Отчет по учебной практике обучающихся.

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513928

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512109.

3.2.2. Дополнительные источники

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

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 учебной 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	Обучающийся должен **уметь**:	Текущий контроль в форме

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	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 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 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Обучающийся должен **уметь**: 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	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

	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	вопросы. Экзамен по модулю.
ПК 2.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Обучающийся должен **уметь**: - определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей PR; - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач ; определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); определять эффективность хода PR и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; Обучающийся должен иметь **практический опыт**: разработки стратегии маркетинговых коммуникаций	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: использовать современные приемы и технологии проведенияи управления системой маркетинговых коммуникаций; составлять полнофункциональные брифы на PR с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг ; создавать план PR с учетом поставленных целей и задач; осуществлять медиапланирование; определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; эффективно настраивать рекламную кампанию для	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.

	достижения максимальных KPI; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний ; преобразовывать требования заказчика в бриф; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей крекламной кампании; уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий; . **практический опыт**: предъявления результатов стратегии маркетинговых коммуникаций	