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
ПП.02.01 Производственная 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

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.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:

– познакомить с основами будущей профессиональной деятельности;

– познакомить с предприятием, прохождение инструктажа по технике безопасности, с должностными инструкциями в рамках кадровой позиции практиканта;

– сформировать, закрепить, развить практические навыки и компетенции 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 ПП.02.01 Производственная практика Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в объеме 72 часа.

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 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.	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.).	1	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1. П1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8
Вводный инструктаж. Ознакомление с целями и задачами производственной практики. Предоставление рабочих мест обучающимся, назначение	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	1	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1. П1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8

руководителя практики от организации, определение наставников		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.).		
Характеристика, структура и основные направления деятельности предприятия.	Задание 3	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,	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1. П1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8 ПК 1.3. П1, У1-У4 ПК 1.4. П1, У1

		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.).		
Организационно-ознакомительная и практическая деятельность специалиста по рекламе.	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.); - 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.).	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1. П1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8 ПК 1.3. П1, У1-У4 ПК 1.4. П1, У1
Выдача заданий. Тематика заданий должна: - соответствовать современному уровню и	Задание 5	Помещение на базе практики, включающее: -рабочее место с аудиовизуальным оборудованием; -посадочные места по количеству обучающихся; -компьютеры с программным обеспечением	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1.

перспективам развития науки, техники, производства, экономики и культуры; создавать возможность реальной работы с решением актуальных практических задач с внедрением в производство; - быть разнообразной для возможности выбора обучающимся в соответствии с индивидуальными склонностями и способностями. Примеры заданий: 1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 2.Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 3.Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4.Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5.Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 6.Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 7.Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и		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, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8 ПК 1.3. П1, У1-У4 ПК 1.4. П1, У1

стратегий. 8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. 9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 11.Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 12.Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.				
Составление плана выполнения поставленных задач. В зависимости от профиля специальности производственной практики поставленные задачи проводятся необходимые практические мероприятия для реализации демонстрации навыков в соответствии с индивидуальными склонностями и способностями обучающегося.	Задание 6	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:	10	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1. П1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8 ПК 1.3. П1, У1-У4 ПК 1.4. П1, У1

		- 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 и оценка рекламных коммуникационных стратегий конкретного продукта или услуги.	Задание 7	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.).	12	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1. П1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8 ПК 1.3. П1, У1-У4 ПК 1.4. П1, У1
Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.	Задание 8	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	10	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1. О1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8 ПК 1.3. П1, У1-У4 ПК 1.4.

		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, У1
Выполнение поставленных задач во время прохождения производственной практики. На данном этапе происходит реализация проектных задач основанных на освоении видов профессиональной деятельности и освоении видов профессиональных компетенций.	Задание 9	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	10	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1. П1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8 ПК 1.3. П1, У1-У4 ПК 1.4. П1, У1

		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.).		
Выполнение отчетной документации производственной практики (по профилю специальности). Согласно требованиям и технологической карте дисциплины в установленный срок выполняется отчетная документация (дневник, отчет по практике).	Задание 10	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.).	8	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ОК 10, ОК 011 ПК 1.1. П1, У1-У4 ПК 1.2. П1, У1-У8 ПК 1.3. П1, У1-У4 ПК 1.4. П1, У1

2.2 Перечень заданий по практике ПП 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 производственной практики. Предоставление рабочих мест обучающимся, назначение руководителя практики от организации, определение наставников

Задание 3. Характеристика, структура и основные направления деятельности предприятия.

Задание 4. Организационно-ознакомительная и практическая деятельность специалиста по рекламе.

Задание 5. Выдача заданий. Тематика заданий должна:

- соответствовать современному уровню и перспективам развития науки, техники, производства, экономики и культуры;

создавать возможность реальной работы с решением актуальных практических задач с внедрением в производство;

- быть разнообразной для возможности выбора обучающимся в соответствии с индивидуальными склонностями и способностями.

Примеры заданий:

1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.

2.Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.

3.Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.

4.Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.

5.Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.

6.Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.

7.Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.

8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.

9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.

10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии.

11.Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.

12.Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.

Задание 6. Составление плана выполнения поставленных задач. В зависимости от профиля специальности производственной практики поставленные задачи проводятся необходимые практические мероприятия для реализации демонстрации навыков в соответствии с индивидуальными склонностями и способностями обучающегося.

Задание 7. Разработка и оценка рекламных коммуникационных стратегий конкретного продукта или услуги.

Задание 8. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний стратегий.

Задание 9. Выполнение поставленных задач во время прохождения производственной практики (по профилю специальности) На данном этапе происходит реализация проектных задач основанных на освоении видов профессиональной деятельности и освоении видов профессиональных компетенций.

Задание 10. Выполнение отчетной документации производственной практики (по профилю специальности).

Согласно требованиям и технологической карте дисциплины в установленный срок выполняется отчетная документация (дневник, отчет 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. Отдел бизнес-аналитики ООО «Арсенал», оснащенный стандартной мебелью и основным оборудованием: моноблоки AppleiMac –4 шт., ноутбуки AcerA15-51M-59VNNX.KXTCD.001 – 2 шт., лазерные принтеры Pantum P3010D – 4 шт.

4. Отдел рекламы (копирайтинг) ООО «Арсенал», оснащенный стандартной мебелью и основным оборудованием: моноблоки AppleiMac –4 шт., лазерные принтеры Pantum P3010D – 2 шт., мультимедийный проектор Acer; колонки Genius; экран настенный переноснойS'OK SCPSF-177x100 80"; сканер PlustekOpticSlim 2610 Pro, струйный принтер Epson L1800.

5. Отдел стратегического планирования ООО «Арсенал», оснащенный стандартной мебелью и основным оборудованием: ноутбуки AcerA15-51M-59VNNX.KXTCD.001 – 6 шт., принтер лазерный KYOCERA ECOSYS P2235dn – 2 шт.

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

Для проведения 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. 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 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	