

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ледович Татьяна Сергеевна  
Должность: директор  
Дата подписания: 08.08.2023 14:37:59  
Уникальный программный ключ:  
4ceaf51badb679c2851a28524a4e0d8f56c5a3a6



**КОЛЛЕДЖ «СОВРЕМЕННАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА»**  
**Частное профессиональное образовательное учреждение**

355008, г. Ставрополь, пр-т К. Маркса, 7  
+7(8652) 28-49-67  
+7(8652) 28-03-46  
[college09@mail.ru](mailto:college09@mail.ru) | [www.ecmsb.ru](http://www.ecmsb.ru)

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор ЧПОУ Колледж  
«Современная школа бизнеса»

«23» \_\_\_\_\_ мая 2023



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ** по специальности

### **42.02.01 Реклама**

Квалификация – специалист по рекламе

Форма обучения - очная

на базе среднего общего образования 2 года 10 месяцев;  
на базе основного общего образования 3 года 10 месяцев;

**Ставрополь, 2023**

Рабочая программа учебной практики составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510.

**Организация - разработчик:** Частное профессиональное образовательное учреждение Колледж «Современная школа бизнеса»

**Рассмотрена и одобрена** на заседании цикловой методической комиссии специальных дисциплин, протокол № 10 от 23.05.2023.

**Согласована** с педагогическим советом Колледжа, протокол № 10 от 23.05.2023.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**
- 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**
- 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ**
- 5. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Место учебной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Программа учебной практики является частью ППССЗ по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности:

**ПМ.01** Разработка и создание дизайна рекламной продукции

**ПМ.03** Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

## 1.2. Цели и задачи учебной практики

Задачей учебной практики по специальности 42.02.01 Реклама является освоение видов профессиональной деятельности: Художественное проектирование рекламного продукта, Разработка творческой концепции рекламного продукта, Маркетинг в рекламе, Правовое обеспечение рекламной деятельности, т.е. систематизация, обобщение, закрепление и углубление знаний и умений, формирование общих и профессиональных компетенций.

## 1.3. Вид профессиональной деятельности:

**ПМ.01** Разработка и создание дизайна рекламной продукции

*иметь практический опыт:*

выбора художественной формы реализации рекламной идеи;  
создания визуального образа с рекламными функциями;  
художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

*уметь:*

осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;  
разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;  
использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;  
составлять рекламные тексты;

*знать:*

выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;  
приемы и принципы составления рекламного текста;  
композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;  
методы проектирования рекламного продукта;  
методы психологического воздействия на потребителя.

**ПМ.03** Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

*иметь практический опыт:*

выявления требований целевых групп потребителей;  
разработки средств продвижения рекламного продукта;  
разработки маркетинговой части бизнес-плана;

*уметь:*

проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;  
проводить сегментирование рынка;  
принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

**знать:**

задачи, цели и общие требования к рекламе;  
основные направления рекламной деятельности;  
виды рекламной деятельности;  
структуру рекламного рынка.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на учебную практику:**

Всего 468 часов, в то числе:

В рамках освоения ПМ.01 - 324 часа

В рамках освоения ПМ.03 - 144 часа

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Результатом освоения программы практики является овладение студентами видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными компетенциями (ПК) и общими компетенциями (ОК):

### **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

### **ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

## **3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

### **3.1. Тематический план**

<b>Коды формируемых компетенций</b>	<b>Наименование профессионального модуля</b>	<b>Объем времени, отводимый на практику (час., нед.)</b>	<b>Сроки проведения</b>
ОК 1-ОК11 ПК1.1-ПК1.5	<b>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>	324	4,6 семестры
ОК 1-ОК11 ПК3.1, ПК3.2	<b>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>	144	6 семестр

### 3.2. Содержание учебной практики

Наименование профессиональных модулей и тем	Виды работ	Количество часов/ из них на прак. подг.
<b>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>	выбор художественной формы реализации рекламной идеи; создание визуального образа с рекламными функциями; художественное конструирование рекламных продуктов по заданию; осуществление поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разработка композиционное решение рекламного продукта; использование выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составление рекламные тексты; выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.	<b>324/304</b>

<p><b>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b></p>	<p>выявление требований целевых групп потребителей;          разработка средств продвижения рекламного продукта;          разработка маркетинговой части бизнес-плана;          проведение исследования предпочтений целевых групп потребителей;          анализ результаты исследований предпочтений целевых групп;          проведение сегментирования рынка;          принятие решения, направленные на продвижение рекламного продукта;          задачи, цели и общие требования к рекламе;          основные направления рекламной деятельности;          виды рекламной деятельности;          структуру рекламного рынка.</p>	<p><b>144/130</b></p>

## 4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

### 4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- положение об учебной практике студентов, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования;
- программа учебной практики;
- график проведения практики;
- график консультаций;
- график защиты отчетов по практике.

### 4.2. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Оборудование учебной практики:

- комплект учебно-наглядных пособий (плакаты, раздаточные карточки, таблицы);
- учебная литература.

Технические средства:

- компьютеры;
- персональный компьютер с подключением к сети «Интернет»;
- принтер.

### 4.3. Перечень учебных изданий, Интернет – ресурсов, дополнительной литературы

#### Основные источники:

1. Костина, А. В., Основы рекламы : учебное пособие / А. В. Костина, О. И. Карпухин, Э. Ф. Макаревич. — Москва : КноРус, 2022. — 401 с. — ISBN 978-5-406-10019-6. — URL: <https://book.ru/book/944600>
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937>
3. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Анисимов, А. Я. Рыженков, А. Ю. Осетрова, О. В. Попова ; под редакцией А. Я. Рыженкова. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16129-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530506>
4. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517793>
5. Попкова, Е. Г., Основы рекламы : учебник / Е. Г. Попкова. — Москва : КноРус, 2023. — 267 с. — ISBN 978-5-406-11282-3. — URL: <https://book.ru/book/949714>

#### **Дополнительные источники:**

1. Попкова, Е. Г., Основы рекламы : учебник / Е. Г. Попкова. — Москва : КноРус, 2023. — 267 с. — ISBN 978-5-406-11282-3. — URL: <https://book.ru/book/949714>

Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519472>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>

3. Николюкин, С. В., Правовое обеспечение профессиональной деятельности (тестовые задания) : учебное пособие / С. В. Николюкин. — Москва : Русайнс, 2022. — 95 с. — ISBN 978-5-4365-9570-2. — URL: <https://book.ru/book/944760>

4. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

5. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520553>

#### **4.4. Общие требования к организации учебной практики**

Учебная практика проводится в учебных аудиториях колледжа при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей.

Сроки проведения практики устанавливаются образовательным учреждением в соответствии с учебным планом ППСЗ СПО.

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися заданий, выполнения практических работ. В результате освоения учебной практики в рамках профессиональных модулей обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме зачета с оценкой.

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
Осуществлять поиск рекламных идей	выбор художественной формы реализации рекламной идеи; создание визуального образа с рекламными функциями;	Зачет с оценкой по учебной практике
Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	художественное конструирование рекламных продуктов по заданию;	Зачет с оценкой по учебной практике
Разрабатывать авторские рекламные проекты	осуществление поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;	Зачет с оценкой по учебной практике
Создавать и оформлять тексты рекламных объявлений	разработка композиционное решение рекламного продукта;	Зачет с оценкой по учебной практике
Создавать визуальные образы с рекламными функциями	использование выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составление рекламные тексты;	Зачет с оценкой по учебной практике
Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	выявление требований целевых групп потребителей; разработка средств продвижения рекламного продукта; разработка маркетинговой части бизнес-плана; проведение исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализ результаты исследований предпочтений целевых групп;	Зачет с оценкой по учебной практике

	проведение сегментирования рынка;	
Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	принятие решения, направленные на продвижение рекламного продукта;	Зачет с оценкой по учебной практике