

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1 Область применения программы

Программа производственной практики является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама** (базовый уровень) в части освоения основных видов профессиональной деятельности по модулю **ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**.

Рабочая программа производственной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2 Цели и задачи производственной практики: закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения профессиональных умений, обучающихся по изучаемой специальности, развитие общих и профессиональных компетенций, освоение современных производственных процессов, адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

Требования к результатам освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики в рамках каждого профессионального модуля обучающиеся должны **иметь практический опыт:**

ВПД	Требования к практическому опыту
маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	- выявления требований целевых групп потребителей; - разработки средств продвижения рекламного продукта; - разработки маркетинговой части бизнес-плана.

1.3. Количество часов на освоение программы производственной практики:

В рамках освоения **ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является освоение обучающимися видом профессиональной деятельности: **маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**, необходимых для последующего освоения ими избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код профессиональных компетенций	Виды работ	Количество часов производственной практики
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		108
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	1. Ознакомление с базой практики. Вводный инструктаж по охране труда при прохождении производственной практики.	6
	2. Выявить требования целевых потребителей. Анализ ассортиментной политики организации.	6
	3. Выявить требования целевых потребителей. Отработка навыков в анализе перечня товаров и услуг.	6
	4. Выявить требования целевых потребителей. Отработка навыков в анализе прейскуранта (прайслиста) товаров и услуг. Анализ ассортиментной политики организации.	6
	5. Сегментирование потребительских групп. Отработка навыков в анализе информации маркетинговых исследований.	6
	6. Сегментирование потребительских групп. Участие в определении предпочтений целевых групп.	6
	7. Сегментирование потребительских групп. Участие в оценке поведения различных групп покупателей (потребителей).	6
	8. Составление анализа исследуемых предпочтений. Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6
	9. Составление анализа исследуемых предпочтений. Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6
	10. Составление анализа исследуемых предпочтений. Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6

	11. Разработка средства продвижения рекламного продукта Составление анализа исследуемых предпочтений. Ключевые элементы рекламной кампании. Оформление договорной документации. Отработка навыков в анализе и разработке рекламных идей, инсайта/УТП/оффера, нейма и слогана, Создание мудборда. Разработка средств стимулирования. Разработка маркетинговой части.	6
	12. Составление анализа исследуемых предпочтений. Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6
	13. Составление анализа исследуемых предпочтений. Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6
	14. Составление анализа исследуемых предпочтений. Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6
	15. Составление анализа исследуемых предпочтений. Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6
	16. Оформление договорной документации. Отработка навыков по составлению договорной документации	6
	17. Оформление договорной документации. Отработка навыков по составлению договорной документации	6
	Дифференцированный зачет	6
Экзамен		6

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к условиям проведения производственной практики.

Реализация рабочей программы производственной практики предполагает проведение производственной практики на предприятиях/организациях на основе прямых договоров, заключаемых между образовательным учреждением и каждым предприятием/организацией, куда направляются обучающиеся.

4.2 Информационное обеспечение обучения:

Основные источники:

Учебники и учебные пособия

1. Винарский, Я.С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие/ Я.С. Винарский, Р. Д. Гутгарц. - Москва: ИНФРА-М, 2023. – 269 с.

2. Матвеев, Р. Ф., Правовое обеспечение профессиональной деятельности. : учебное пособие / Р. Ф. Матвеев. — Москва : КноРус, 2022. — 157 с.

3. Твердохлебова, М.Д., Интернет-маркетинг: учебник / М.Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2023. — 190 с.

Дополнительные источники:

1. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы: учебное пособие- Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. – 128 с.

Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров/ М.В. Акулич. – 2-е изд.,пересм. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. – 346 с.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса.

Производственная практика проводится концентрированно после окончания профессионального модуля. Условием допуска обучающихся к производственной практике является освоенная учебная практика..

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Руководство производственной практикой осуществляют преподаватели, а также работники организаций, закрепленные за обучающимися.

Преподаватели, осуществляющие непосредственное руководство производственной практикой обучающихся, должны иметь образование по

профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется преподавателем и руководителем практики.

Результаты освоения производственной практики фиксируются в дневнике по практике и в журнале.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	- соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса, и требованиям составления опросных анкет; - результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей; - полнота и аргументированность составления анализа предпочтений потребителей; - обоснованность сегментирования потребительских групп;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения производственной практики, выполнения работ, экзамена по междисциплинарному курсу.
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	- результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей; - соответствие разработки маркетинговой части бизнес-плана требованиям к маркетинговому планированию; - обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей; - адекватность разработки средств стимулирования сбыта целям и задачам продвижения рекламного продукта; - соблюдение законодательства в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения производственной практики, выполнения работ, экзамена по междисциплинарному курсу.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация умения объяснить социальную значимость получаемой специальности; - демонстрация интереса к будущей профессии; - стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений (участие в предметных конкурсах, олимпиадах и др.).	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 02 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- способность организовать собственную деятельность в соответствии с поставленной целью; - определение и самостоятельный выбор способов (технологий) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 03 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- демонстрация способностей определения и самостоятельного выбора способов разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями; - способность провести анализ ситуации по заданным критериям, определять риски; - адекватность оценки последствия принятых решений.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 04 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 05 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной

		практики.
ОК 06 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 07 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- проявление ответственности к результатам выполнения профессиональных обязанностей членами команды; - проведение самоанализа и корректировки результатов собственной работы.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 08 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 09 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНОК

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего и итогового контроля производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
85 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 84	4	хорошо
50 ÷ 69	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно