

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Х.М. БЕРБЕКОВА»**

Колледж дизайна

СОГЛАСОВАНО

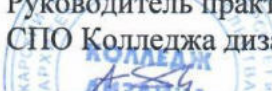
Руководитель Рекламного
Агентства «Легко»

 /Тришина О.О./
« 20 » 03 2025 г.



УТВЕРЖДАЮ

Руководитель практики по программам
СПО Колледжа дизайна

 /Шонтуков А.М./
« 20 » 03 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

(УП.01 Учебная практика)

**ПМ. 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного
продукта**

Программа подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 - Реклама

Среднее профессиональное образование

**Квалификация выпускника
Специалист по рекламе**

Очная форма обучения

Нальчик, 2025

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю ПМ.01 разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г. № 552, учебного плана по программе подготовки специалистов среднего звена Реклама.

Разработчик: Шонтуков Артур Мазаниевич, руководитель практики по программам СПО колледжа дизайна.

Рабочая программа учебной практики обсуждена и утверждена на заседании ПЦК «Графический дизайн и дизайн среды»

Протокол №6 от «19» марта 2025 года.

Председатель ПЦК



(подпись)

Каширокова И.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ	6
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	8
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ	12
(ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.01 по ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

1.2. Цели и задачи практики, требования к результатам освоения

С целью освоения указанного вида профессиональной деятельности и соответствующих профессиональных компетенций обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- проведения анализа рынка;
- проведения качественных аналитических исследований рынка;
- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования;
- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.

уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;
- уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;
- производить качественные аналитические исследования рынка;
- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;
- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;
- преобразовывать требования заказчика в бриф.

знать:

- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды
- аудиторию различных средств рекламы

- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда
- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
- методы и технологию изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
- отраслевую терминологию
- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования
- структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним
- основы маркетинга.
- принципы выбора каналов коммуникации
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- важность учета пожеланий заказчика при разработке, планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей

1.3. Количество часов на освоение программы практики: 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Наименование разделов, виды деятельности	Содержание учебной практики	Объем часов
Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов Виды деятельности: 1. Проведение ситуационного анализа рынка.	Сегментирование целевой аудитории. Определение каналов коммуникации. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка	12
Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Виды деятельности: 1. Разработка брифа; 2. Формирование стратегического планирования	Анализ целевой аудитории. Определение цели проекта, сроков реализации, бюджет, выделенного на реализацию проекта. Описания целевой аудитории, в соответствии с заданием и законом «О рекламе». Анализ рынка для бизнеса. Определение видов и методов исследований рынка. Определение основных этапов проведения исследования рынка.	24
ВСЕГО ЧАСОВ		36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Учебная практика профессионального модуля «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» проходит на базе Колледжа дизайна КБГУ.

Реализация программы практики предполагает наличие кабинетов:

- маркетинговых исследований;
 - стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
 - дизайна и макетирования рекламной продукции кабинет
- наличие лабораторий:
- видеостудия;
 - фотостудия;
 - цифровых коммуникационных технологий;
 - компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- импульсные осветительные приборы;
- штатив;
- стойки для осветительных приборов;
- набор фонов;
- приспособления для крепления фонов;
- софт-боксы (разных размеров),
- рефлекторы;
- софт-рефлектор;
- отражатели (лайт-диски);
- тубус;
- комплект синхронизации;
- цифровые фотоаппараты со сменной оптикой;
- комплект нормативно-правовых документов;
- рекомендации по подготовке к занятиям по учебной практике;
- рекомендации по составлению отчета по учебной практике;
- задания для проведения занятий по учебной практике;
- комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска или видеопроектор, колонки);

- программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- принтер.

4.2. Информационное обеспечение обучения

4.2.1. Основные печатные издания

1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб.пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2017. -240 с
2. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учеб.пособие для средн.проф.образования/ Е.Н.Кнышова. -М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. - 282с.. –(«Проф. Образование»)

4.2.2. Основные электронные издания

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947> (дата обращения: 03.08.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Поведение потребителей: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020 - 152 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-8199-0580-7. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356130>
3. Поведение потребителей: учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. —Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356056>
4. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531393>
5. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>
6. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 224 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513759>

7. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511785>

4.2.3. Дополнительные источники

1. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : Учеб. пособие / П.С. Завьялов. - М.: ИНФРА-Лукина А.В. Маркетинг / А.В. Лукина. - 5-е изд., испр. и доп.. - М.: ФО-РУМ, 2008. - 240 с. - ("Профессиональное образование")

2. Маркетинг : учебник, практикум и учебно-метод. комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова и др.. - М.: Юристъ, 2002. - 568 с.

Маркетинг : Учебный компьютерный курс. - Второе издание. - Саратов: Диполь, 2007. - СД. - (Вузовская серия)

3. Маркетинг и управление брендом : Пер. с англ.. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. - 174 с : ил. - (Серия "Дайджест McKinsey")

4. Наумов, В. Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 345 с. + Доп. Материалы — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5.

5. Блюм М.А. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для СПО / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - М.: ФОРУМ, 2018. - 144 с - М, 2008. - 496 с.. - ("Высшее образование")

6. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.

7. Журнал "Практика Рекламы"

8. Журнал "Рекламные идеи"

9. Журнал "Мир этикетки"

10. Журнал "Лаборатория рекламы"

11. Журнал «Со-Общение»

12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»

13. Журнал “Маркетинг Менеджмент”

14. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

15. Журнал о маркетинге «Маркетинг Pro»

4.3. Общие требования к организации практики

Требования к руководителям практики:

– наличие высшего профессионального образования по специальностям рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»;

- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Заведующий практикой:

- организует и руководит работой по созданию программ учебной практикой студентов по специальности 42.02.01 «Реклама» (базовая подготовка);
- составляет график проведения и расписание практики, графики консультаций и доводит их до сведения преподавателей, студентов;
- осуществляет методическое руководство и контроль деятельности лиц, участвующих в организации и проведении практики;
- участвует в оценке общих и профессиональных компетенций студента, освоенных им в ходе прохождения учебной практики, проводимой на базе образовательного учреждения;
- контролирует ведение документации по практике.

Преподаватель – руководитель учебной практики:

- выдает задания на практику;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий для студентов;
- составляет календарно-тематическое планирование по своему этапу ведения учебной практики;
- формирует группы в случае применения групповых форм проведения практики;
- контролирует выполнение программы практики;
- ведет мониторинг освоения компетенций;
- проводит индивидуальные или групповые консультации в ходе практики;
- осуществляет проведение промежуточной аттестации.

Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности:

- наличие журнала по технике безопасности и пожарной безопасности;
- проведение инструктажа перед выходом на учебную практику.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.	- выполнение работ по выявлению требований целевых групп потребителей; - выполнение работ по исследованию предпочтений целевых групп потребителей; - анализ результатов исследований предпочтений целевых групп;	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	-выполнение работ по исследованию и сегментированию рынка	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	–выполнение работ по исследованиям, анализу конкурентов и обеспечению конкурентоспособности фирмы	– Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	– выполнение работ по определению целей и задач коммуникационных кампаний	– Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

	профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Зачет Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения

	общения и саморегуляции в коллективе.	производственной практики.
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

	жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

Одной из форм контроля результатов практики является **дневник практики**, который ведется обучающимся в процессе прохождения практики.

По результатам практики обучающимся составляется **отчет**, который утверждается организацией. В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций (где проходила практика).