

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

Колледж дизайна

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ООО «Рекламное
агентство «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.02 Учебная практика)

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

Программа подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 - Реклама

Среднее профессиональное образование

**Квалификация выпускника
Специалист по рекламе**

Очная форма обучения

Нальчик, 2025

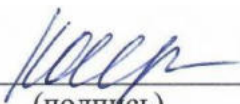
Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования 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.02 по ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»»

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): «Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

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:

- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.

уметь:

- определять ключевые цели рекламной кампании;
- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК;
- 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 РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций;
- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;
- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;
- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;
- осуществлять медиапланирование;
- определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета;
- эффективно настраивать рекламную кампанию для 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 к рекламной 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.

знать:

- методики рекламного планирования
- инструментов рекламного планирования
- систему маркетинговых коммуникаций
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- принципы выбора каналов коммуникации
- аудиторию различных средств рекламы
- отраслевую терминологию
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда
- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций
- принципы стратегического и оперативного планирования РК
- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета
- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете
- принципы функционирования современных социальных медиа
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей
- логику и структуру плана рекламной кампании
- логику и структуру медиаплана
- структуру брифа и требования к нему
- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании

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 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
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. Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Вид деятельности: 1. стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний.	Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.	12
Раздел 2. Принципы и методы планирования и оценки эффективности рекламной деятельности в цифровой среде Виды деятельности: 1. оценка эффективности рекламной деятельности в цифровой среде.	Использование цифровых технологий при анализе и планировании стратегии маркетинговых коммуникаций с помощью сервисов аналитики и статистики рекламных кампаний. 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 «Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» проходит на базе Колледжа дизайна КБГУ.

Реализация программы практики предполагает наличие кабинетов:

- компьютерного дизайна;
- информационных и коммуникационных технологий;
- компьютерной графики и видеомонтажа;
- веб-дизайн и разработка;
- программные решения для бизнеса;

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- задания для проведения занятий по учебной практике;
- комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- стационарный АРМ преподавателя (ПК, проектор, экран, акустическая система);
- компьютер с выходом в Интернет по числу обучающихся;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- принтер.

4.2. Информационное обеспечение обучения

4.2.1. Основные печатные издания

1. Головинова, А. С. Роль рекламы в предпринимательской деятельности / А. С. Головинова, Л. В. Лещенко // Интеграция наук. – 2019. – № 1(24). – С. 110-112.
2. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - М.: Юнити, 2020. - 495 с.
3. Головлева, Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование / Е.Л. Головлева. - М.: Академический проект, 2020. - 352 с.
4. Мельникова, Н.А. Медиапланирование: стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н.А. Мельникова. - М.: Дашков и К, 2019. - 180 с.

4.2.2. Основные электронные издания

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / 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. 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. 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>

4. 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. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>

4.2.3. Дополнительные источники

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

2. Дальдинова, Э. О. Г. Функции и цели рекламы / Э. О. Г. Дальдинова, Д. Ю. Зодьбинова // Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований : сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 13 мая 2020 года. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2020. – С. 97-99. Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356056>

3. Кармалова, Е. Ю. Теория и практика рекламы : Учебное пособие для студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Часть II / Е. Ю. Кармалова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 30 с.

4. Колтунова, Ю. И. Реклама как комплекс маркетинговых коммуникаций / Ю. И. Колтунова // Социально-экономические и правовые основы развития

экономики : коллективная монография. – Уфа : Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2019. – С. 4-29.

5. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517363>

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

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

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

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

10. Журнал "Практика Рекламы"

11. Журнал "Рекламные идеи"

12. Журнал "Мир этикетки"

13. Журнал "Лаборатория рекламы"

14. Журнал «Со-Общение»

15. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»

16. Журнал «Маркетинг Менеджмент»

17. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

18. 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 модулей «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»;

– 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 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	– Сформированность понимания логики и этапов подготовки рекламной кампании – Способность осуществлять планирование и реализацию проектов в различных коммуникационных каналах - Владение навыками подготовки проектной документации	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 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	-способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании и рассчитывать эффективность от ее проведения.	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 профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	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.
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 общения и саморегуляции в коллективе.	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 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 самостоятельность 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	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении

об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- 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 жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	профессиональной деятельности; Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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).