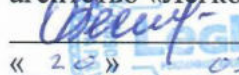


**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Х.М. БЕРБЕКОВА»**

**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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**(ПДП ПРЕДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)**

**Программа подготовки специалистов среднего звена**

**42.02.01 - Реклама**

**Среднее профессиональное образование**

**Квалификация выпускника**

**Специалист по рекламе**

**Очная форма обучения**

**Нальчик, 2025**

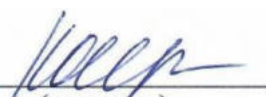
Рабочая программа производственной практики (преддипломной) разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г.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

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

Рабочая программа производственной 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**

|                                                   | <b>Стр.</b> |
|---------------------------------------------------|-------------|
| <b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ</b>      | <b>4</b>    |
| <b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ</b>                     | <b>11</b>   |
| <b>3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ</b> | <b>13</b>   |
| <b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ</b>   | <b>14</b>   |
| <b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ</b>  | <b>19</b>   |
| <b>(ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>       |             |

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ ПДП**

## **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 основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

ВПД1. «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».

ВПД2. «Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий».

ВПД3. «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий».

ВПД4. «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

## **1.2. Цели и задачи практики, требования к результатам освоения**

Преддипломная практика направлена на углубление первоначального практического опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной работы в организациях различных организационно-правовых форм.

С целью развития указанных видов деятельности и соответствующих профессиональных компетенций обучающийся должен:

По ВПД1. «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»

### **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

По ВПД2. «Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

**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

По ВПДЗ. «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»

**иметь практический опыт:**

- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет
- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет
- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет
- подбора и использования оффера
- разработки рекламной кампании в сети Интернет
- разработки структуры и базовых принципов рекламного сообщения
- реализации рекламной кампании в сети Интернет.

**уметь:**

- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет
- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов
- обеспечивать качественное функционирование сайта
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет
- преобразовывать требования заказчика в бриф
- учитывать мнение заказчика при планировании РК.
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий
- конвертировать файлы в нужные форматы
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат
- размещать рекламные материалы в социальных медиа
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов
- определять эффективные офферы
- создавать оригинальные и стильные логотипы
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты

- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов
- повышать информационную наглядность сайтов
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях
- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика
- доводить информацию заказчика до ЦА
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

**знать:**

- типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет
- способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг
- виды сайтов, их возможности и варианты применения
- требования к качественному функционированию сайтов
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- отраслевую терминологию
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет
- структуру брифа и требования к нему.
- отраслевую терминологию
- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

По ВПД4. «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»

**иметь практический опыт:**

- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектв объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП)
- поиска и подбора оригинального нейма и слогана
- определения оригинальной идеи для рекламной кампании
- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектв объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
- оформления текстовых и графических документов
- оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических
- создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектв объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы.



**уметь:**

- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения
- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы
- доводить информацию заказчика до ЦА
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий
- конвертировать файлы в нужные форматы
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат
- размещать рекламные материалы в социальных медиа
- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов
- обеспечивать качественное функционирование сайта
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов
- создавать графические материалы рекламного характера
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа
- Создавать оригинальные, современные по стилю сайты
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику
- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов
- повышать информационную наглядность сайтов
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

**знать:**

- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- отраслевую терминологию
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией
- технологии воздействия на аудиторию при применении визуальных и текстовых материалов в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.

- отраслевую терминологию
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей
- виды сайтов, их возможности и варианты применения
- требования к качественному функционированию сайтов
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей
- технические средства создания визуального контента
- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- структуру брифа и требования к нему
- важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией
- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

**1.3. Количество часов на освоение программы практики: 144 часа.**

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Результатом освоения программы практики является овладение обучающимися видами профессиональной деятельности:

«Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»,  
 «Разработка и осуществление стратегического 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, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| <b>Код компетенции</b> | <b>Наименование результата обучения</b>        |
|------------------------|------------------------------------------------|
| 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.                                                                                                                                                                    |
| 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                                                                                                                             |
| ПК 3.1. | Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.                                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 3.2. | Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.                                                                                                                                                                                                                           |
| ПК 3.3. | Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях                                                                                                                                                      |
| ПК 4.1. | Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.                                                                                                                                                          |
| ПК 4.2. | Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.                                                                                                                                                                  |
| ПК 4.3. | Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.                                                                                                                                                           |
| 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 07   | Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях                                                                                            |
| ОК 09   | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках                                                                                                                                                                                                |

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

#### 3.1. Тематический план производственной практики

| Наименование разделов, виды деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Содержание производственной практики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Объем часов |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Раздел 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки<br>Виды деятельности:<br>1. создание информационных плакатов;<br>2. съемка видеосюжета с использованием съемочного оборудования для статичной и подвижной камеры;<br>3. создание сложных векторных объектов, силуэты;<br>4. разработка рекламного проекта с применением синестезии. | Съемка и монтаж коротких видео с использованием различных монтажных приемов.<br>Разработка и создание Web сайта.<br>Создание имиджевой фотографии, фотосессии предметов потребления.<br>Создание самопрезентации через видеоконтент.<br>Разработка и создание дизайна рекламной продукции.<br>Создание векторной текстовой композиции.<br>Стилизация фотографии «под вектор».<br>Создание информационных плакатов с учетом основных настроек и инструментов трансформации с использованием перспективы | 144         |
| ВСЕГО ЧАСОВ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 144         |

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

### **4.1. Требования к материально-техническому обеспечению**

Производственная практика (преддипломная) должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики (преддипломной) должно соответствовать содержанию деятельности и давать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем осваиваемым видам деятельности, предусмотренным программой с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

### **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»)
3. Головинова, А. С. Роль рекламы в предпринимательской деятельности / А. С. Головинова, Л. В. Лещенко // Интеграция наук. – 2019. – № 1(24). – С. 110-112.
4. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - М.: Юнити, 2020. - 495 с.
5. Головлева, Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование / Е.Л. Головлева. - М.: Академический проект, 2020. - 352 с.
6. Мельникова, Н.А. Медиапланирование: стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н.А. Мельникова. - М.: Дашков и К, 2019. - 180 с.
7. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2020. – 352 с.
8. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2019. – № 1. – С. 8-15.
9. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31

- января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.
- 10.Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.
  - 11.Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 269 с.
  - 12.Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
  - 13.Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.
  - 14.Анашкина, Н.А. Рекламный образ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Н.А. Анашкина ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 175 с. -(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01914-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028574> (дата обращения: 14.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
  - 15.Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-507-44709-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/238658> (дата обращения: 03.08.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  - 16.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> (дата обращения: 14.09.2023).
  - 17.Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025> (дата обращения: 14.09.2023).
  - 18.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.
19. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 14.09.2023).
20. 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> (дата обращения: 14.09.2023).
21. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518451> (дата обращения: 14.09.2023).

#### 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.: ИНФРАЛукина А.В. Маркетинг/ А.В. Лукина. -5-е изд., испр. и доп.. -М.: ФО-РУМ, 2008. -240с. - ("Профессиональное образование")

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

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. -496с.. -("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**

Производственная практика (преддипломная) проводится непрерывно после освоения учебной и производственной практики (по профилю специальности) в организациях на основе договоров, заключаемых между колледжем и организациями и договоров о сетевой форме реализации образовательных программ.

В период прохождения производственной практики (преддипломной) студенты могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики (преддипломной).

При проведении производственной практики (преддипломной) студенты направляются в организации в зависимости от специфики профиля подготовки специалистов, количества организаций и тематики выпускной квалификационной работы.

Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении производственной практики (преддипломной) составляет 36 часов в неделю независимо от их возраста.

Аттестация по итогам практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

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

5.1. Контроль и оценка результатов освоения производственной практики (преддипломной) осуществляется преподавателем в форме дифференцированного зачета при условии:

- положительного аттестационного листа по производственной практике (преддипломной) руководителей практики от организации и колледжа об уровне освоения профессиональных компетенций;
- наличие положительной характеристики организации на студента по освоению профессиональных и общих компетенций в период прохождения производственной практики (преддипломной);
- полноты и своевременности предоставления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на производственную практику (преддипломную).

Результаты прохождения производственной практики (преддипломной) выставляются в ведомости.

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                      | Методы оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнение работ по выявлению требований целевых групп потребителей;</li> <li>- выполнение работ по исследованию предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>- анализ результатов исследований предпочтений целевых групп;</li> </ul> | <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> <li>– видов работ учебной и производственной практики.</li> </ul> <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p> |
| ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнение работ по исследованию и сегментированию рынка</li> </ul>                                                                                                                                                                         | <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> <li>– видов работ учебной и производственной практики.</li> </ul> <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения</p>                                                  |

|                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                         | 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:<br>– практических заданий аудиторных занятий,<br>– видов работ учебной и производственной практики.<br>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:<br>– практических заданий аудиторных занятий,<br>– видов работ учебной и производственной практики.<br>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного). |
| ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.                                         | – Сформированность понимания логики и этапов подготовки рекламной кампании<br>– Способность осуществлять планирование и реализацию проектов в различных коммуникационных каналах<br>Владение навыками подготовки проектной документации | Наблюдение и оценка в ходе выполнения:<br>– практических заданий аудиторных занятий,<br>– видов работ учебной и производственной практики.<br>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:<br>– практических заданий аудиторных занятий,<br>– видов работ учебной и производственной практики.<br>Наблюдение и оценка в ходе выполнения                                                    |

|                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | практической части экзамена (квалификационного).                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформированность понимания логики и этапов подготовки рекламной кампании в интернете;</li> <li>– способность осуществлять планирование и реализацию рекламных проектов в цифровой среде.</li> </ul>                                                                | <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> <li>– видов работ учебной и производственной практики.</li> </ul> <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p> |
| ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании и рассчитывать эффективность от ее проведения.</li> <li>–владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете.</li> </ul>           | <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> <li>– видов работ учебной и производственной практики.</li> </ul> <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p> |
| ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях | <ul style="list-style-type: none"> <li>- владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний;</li> <li>- владение современными методами оценки интернет-продвижения;</li> <li>– методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.</li> </ul> | <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> <li>– видов работ учебной и производственной практики.</li> </ul> <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p> |
| ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– проявляет способности и интерпретировать стили, жанры и направления;</li> <li>– создает высокохудожественные творческие работы с использованием различных художественных материалов;</li> </ul>                                                                    | <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практических заданий аудиторных занятий,</li> <li>– видов работ учебной и производственной практики.</li> </ul> <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части</p>                               |

|                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                  | – формирует рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней; создает оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий.                                                                                       | экзамена (квалификационного).                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.        | -способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании.<br>–владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете.<br>– владеет навыками использования методов наглядного изображения при моделировании и гармонизации рекламной программы. | Наблюдение и оценка в ходе выполнения:<br>– практических заданий аудиторных занятий,<br>– видов работ учебной и производственной практики.<br>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного). |
| ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет. | -владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний;<br>- владение современными методами оценки интернет-продвижения;<br>– методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.                                                                         | Наблюдение и оценка в ходе выполнения:<br>– практических заданий аудиторных занятий,<br>– видов работ учебной и производственной практики.<br>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;<br>- оценка эффективности и качества выполнения задач;<br>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;<br>- аргументация выбора                                                                                                      | Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках                                                                                |

|                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                           | конкретного способа.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 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                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li> <li>- владение разными способами представления информации;</li> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul> | <p>Устные выступления с Презентацией<br/>Защита проектов<br/>Зачет<br/>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>                                                                                                                                                       |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li> <li>- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования;</li> <li>- осознанное планирование повышения квалификации</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>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.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках</p> |

|                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | текущего контроля в ходе проведения производственной практики.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей.</li> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.</li> </ul> | <p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>                                      |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | <ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- 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.</li> </ul>                                                           | <p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p> |
| ОК 07 Содействовать сохранению окружающей                                                                                                                   | - сохранение окружающей среды и соблюдения норм                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p> | <p>экологической безопасности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>- определение путей обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>- выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.</li> </ul> | <p>профессиональной деятельности;</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>                                                                                                                                                                                 |
| <p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</li> <li>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области</li> </ul>                                                                                                                                                                                       | <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p> |



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).