

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Горшков Георгий Сергеевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 02.06.2025 10:24:20  
Уникальный программный ключ:  
77acd55e49b7c81c7c6a46276b4779b08f9164a9

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Московский областной финансово-юридический институт МФЮИ»**

**СОГЛАСОВАНО**  
**ООО «Пролог плюс»**  
**Протокол согласования**  
**от 12 марта 2025 г.**

**УТВЕРЖДЕНО**  
**приказом Директора МФЮИ**  
**от 7.04.2025 г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

для специальности  
**42.02.01 Реклама**

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры "Журналистика, реклама и PR"

Протокол № 5 от 12 марта 2025 г.

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 N 552 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 N 74908)

Рабочая программа разработана на основе Примерной основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Заведующий кафедрой: Овруцкий А.В., д.ф.н.

Разработчики: Овруцкий А.В., д.ф.н.

Эксперты:

Внутренняя экспертиза: Николаева Н.Н., начальник УМО СПО

Внешняя экспертиза: Репин Н.Н., к.т.н, доцент экономического бизнес - колледжа

## **СОДЕРЖАНИЕ**

|          |                                                                                   |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b> | <b>4</b>  |
| <b>2</b> | <b>СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>                 | <b>9</b>  |
| <b>3</b> | <b>УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>                     | <b>15</b> |
| <b>4</b> | <b>КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b> | <b>17</b> |

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Цель и планируемые результаты учебной и производственной практики

Рабочая программа учебной и производственной практики является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО в части освоения видов деятельности и соответствующих общих и профессиональных компетенций:

### 1.1.1. Перечень общих компетенций

| Код    | Наименование общих компетенций                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 правовой и 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                                                                                                                                                                                                |

### Перечень профессиональных компетенций

| Код         | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций                                                                                          |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ВД 1</b> | <b>Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</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.                                         |
| <b>ВД 2</b> | <b>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>                |
| 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. |
| <b>ВД 3</b> | <b>Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</b>                               |
| 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.                          |
| <b>ВД 4</b> | <b>Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b>         |
| 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.                                |

1.1.3. Для овладения указанными видами деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы учебной и производственной практики должен:

| <b>ВД 1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Владеть навыками                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– определение целевой аудитории и целевых групп;</li> <li>– проведение анализа объема рынка;</li> <li>– проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;</li> <li>– выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</li> <li>– использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</li> <li>– планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</li> <li>– эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</li> <li>– осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</li> <li>– содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>– пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Уметь                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</li> <li>– анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;</li> <li>– доводить информацию заказчика до целевой аудитории;</li> <li>– использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;</li> <li>– использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;</li> <li>– уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;</li> <li>– производить качественные аналитические исследования рынка;</li> <li>– производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;</li> <li>– уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;</li> <li>– преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>– распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;</li> <li>– выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</li> <li>– владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план;</li> <li>– оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);</li> <li>– определять задачи для поиска информации;</li> <li>– определять необходимые источники информации;</li> <li>– планировать процесс поиска;</li> <li>– структурировать получаемую информацию;</li> <li>– выделять наиболее значимое в перечне информации;</li> <li>– оценивать практическую значимость результатов поиска;</li> <li>– оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>– использовать современное программное обеспечение;</li> <li>– использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;</li> <li>– определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>– применять современную научную профессиональную терминологию;</li> <li>– определять и выстраивать траектории профессионального развития и</li> </ul> |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | <p>самообразования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;</li> <li>– презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;</li> <li>– оформлять бизнес-план;</li> <li>– определять источники финансирования;</li> <li>– организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>– взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;</li> <li>– грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе;</li> <li>– соблюдать нормы экологической безопасности;</li> <li>– определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;</li> <li>– организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона;</li> <li>– понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>– участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>– кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);</li> <li>– писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Знать | <ul style="list-style-type: none"> <li>– способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;</li> <li>– аудиторию различных средств рекламы;</li> <li>– формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>– технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;</li> <li>– методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;</li> <li>– отраслевую терминологию;</li> <li>– методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</li> <li>– структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;</li> <li>– основ маркетинга;</li> <li>– принципов выбора каналов коммуникации;</li> <li>– виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>– актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</li> <li>– основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;</li> <li>– методы работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>– структуру плана для решения задач;</li> <li>– порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;</li> <li>– номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;</li> <li>– приемы структурирования информации;</li> <li>– формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;</li> <li>– порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;</li> <li>– содержание актуальной нормативно-правовой документации;</li> <li>– современная научная и профессиональная терминология;</li> <li>– возможные траектории профессионального развития и самообразования;</li> <li>– основы предпринимательской деятельности;</li> <li>– основы финансовой грамотности;</li> <li>– правила разработки бизнес-планов;</li> <li>– порядок выстраивания презентации;</li> <li>– психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;</li> <li>– основы проектной деятельности;</li> </ul> |

|                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности социального и культурного контекста;</li> <li>– правила оформления документов и построения устных сообщений;</li> <li>– правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>– основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности;</li> <li>– пути обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>– принципы бережливого производства;</li> <li>– основные направления изменения климатических условий региона; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;</li> <li>– основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;</li> <li>– особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.</li> </ul>                         |
| <b>ВД 2. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Владеть навыками                                                                                                                               | Планирования системы маркетинговых коммуникаций<br>Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Уметь                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиа-план рекламной/коммуникационной кампании;</li> <li>– составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;</li> <li>– пользоваться профессиональным глоссарием.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Знать                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- систему маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;</li> <li>- виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию;</li> <li>- способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования;</li> <li>- систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;</li> <li>- логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии;</li> <li>- логику и структуру медиаплана;</li> <li>- методы и способы поиска рекламной идеи;</li> <li>- методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;</li> <li>- профессиональный глоссарий.</li> </ul> |
| <b>ВД 3. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</b>                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Владеть навыками                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявления основных и второстепенных конкурентов;</li> <li>– проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;</li> <li>– проведения качественных аналитических исследований рынка;</li> <li>– выявления основных и второстепенных конкурентов;</li> <li>– планирования системы маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>– структуры и базовых принципов рекламного сообщения.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Уметь                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</li> <li>– производить качественные аналитические исследования рынка;</li> <li>– уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;</li> <li>– преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>– определять ключевые цели рекламной кампании;</li> <li>– разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</li> <li>– использовать поисковые системы интернета.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Знать                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>– способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды;</li> <li>– методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>– методики рекламного планирования;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li> <li>– типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>ВД 4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Владеть навыками                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);</li> <li>– поиска и подбора оригинального нейма и слогана;</li> <li>– определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</li> <li>– подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК;</li> <li>– оформления текстовых и графических документов;</li> <li>– оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;</li> <li>– создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Уметь                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать поисковые системы интернета</li> <li>– использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;</li> <li>– определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;</li> <li>– доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>– использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;</li> <li>– использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li> <li>– проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность;</li> <li>– использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>– создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>– конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>– использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>– размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> <li>– подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;</li> <li>– представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</li> <li>– обеспечивать качественное функционирование сайта;</li> <li>– писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;</li> <li>– создавать графические материалы рекламного характера;</li> <li>– находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>– разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;</li> <li>– составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>– создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>– разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;</li> <li>– использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>– повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>– создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</li> </ul> |
| Знать                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– отраслевую терминологию;</li> <li>– требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленными задачам;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;</li> <li>– программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> <li>– возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;</li> <li>– виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>– требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>– технические средства создания визуального контента;</li> <li>– возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;</li> <li>– структуру брифа и требования к нему;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>– требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>– технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.</li> </ul> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## . СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### .1. Тематический план

| Коды формируемых компетенций                                                                                                                          | Наименование профессионального модуля                | Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b>                                                                    |                                                      |                                                          |
| ПК.1.1-1.4,<br>ОК 01-05,<br>ОК 07, ОК 09                                                                                                              | Учебная практика                                     | 1 неделя (36 ч)                                          |
|                                                                                                                                                       | Производственная практика (по профилю специальности) | 2 недели (72 ч)                                          |
| <b>ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>        |                                                      |                                                          |
| ПК.2.1-2.2,<br>ОК 01-05,<br>ОК 07, ОК 09                                                                                                              | Учебная практика                                     | 2 недели (72 ч)                                          |
|                                                                                                                                                       | Производственная практика (по профилю специальности) | 2 недели (72 ч)                                          |
| <b>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</b>                       |                                                      |                                                          |
| ПК.3.1-3.3,<br>ОК 01-03                                                                                                                               | Учебная практика                                     | 2 недели (72 ч)                                          |
|                                                                                                                                                       | Производственная практика (по профилю специальности) | 2 недели (72 ч)                                          |
| <b>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b> |                                                      |                                                          |
| ПК.4.1-4.3,<br>ОК 01-06,<br>ОК 09                                                                                                                     | Учебная практика                                     | 3 недели (108 ч)                                         |
|                                                                                                                                                       | Производственная практика (по профилю специальности) | 2 недели (72 ч)                                          |
| <b>Производственная практика (преддипломная)</b>                                                                                                      |                                                      |                                                          |
| ПК.1.1-1.4,<br>ПК.2.1-2.2,<br>ПК.3.1-3.3,<br>ПК.4.1-4.3,<br>ОК 01-07,<br>ОК 09                                                                        | Производственная практика (преддипломная)            | 4 недели (144 ч)                                         |
| <b>ВСЕГО:</b>                                                                                                                                         |                                                      | <b>20 недель (720 ч)</b>                                 |

## .2. Содержание учебной и производственной практики

| Виды деятельности                                                                                                                              | Вид практики                                                | Виды работ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Количество часов (недель) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| <b>ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b>                                                             | <b>Учебная практика</b>                                     | – разработка брифа.<br>– проведение первичного анализа рынка.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 36/1 неделя               |
|                                                                                                                                                | <b>Дифференцированный зачет</b>                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                           |
|                                                                                                                                                | <b>Производственная практика (по профилю специальности)</b> | – анализ состава рынка.<br>– проведение сегментирования на рынке.<br>– разработка плана проведения исследований потребителей.<br>– разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.<br>– подготовка плана проведения рекламной кампании.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 72/2 недели               |
|                                                                                                                                                | <b>Дифференцированный зачет</b>                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                           |
| <b>ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b> | <b>Учебная практика</b>                                     | Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.<br>Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.<br>Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.<br>Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.<br>Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения.<br>Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты.<br>Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.<br>Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами.<br>Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы.<br>Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.<br>Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.<br>Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников. | 72/2 недели               |
|                                                                                                                                                | <b>Дифференцированный зачет</b>                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                           |
|                                                                                                                                                | <b>Производственная</b>                                     | Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 72/2 недели               |

|                                                                                                                                                       |                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|                                                                                                                                                       | <b>практика (по профилю специальности)</b>                                                                             | Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.<br>Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.<br>Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.<br>Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.<br>Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.<br>Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.<br>Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.<br>Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.<br>Разработка коммуникационной, медиа стратегии.<br>Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.<br>Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования. |               |
|                                                                                                                                                       | <b>Дифференцированный зачет</b>                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |               |
| <b>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</b>                       | <b>Учебная практика</b>                                                                                                | 1. Ознакомление с конструктором сайтов<br>2. Разработка графических элементов<br>3. Создание концепции графического оформления<br>4. Разработка структуры и схемы сайта<br>5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 72/2 недели   |
|                                                                                                                                                       | <b>Дифференцированный зачет</b>                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |               |
|                                                                                                                                                       | <b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>                                                            | 1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия<br>2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.<br>3. Изготовить рекламный и/или PR материал.<br>4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.<br>5. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 144/4 недели  |
|                                                                                                                                                       | <b>Дифференцированный зачет</b>                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |               |
| <b>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b> | <b>Учебная практика МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений</b>                                              | <b>Виды работ</b><br>Проведение ситуационного анализа<br>Поиск инсайта и ключевых рекламных решений<br>Разработка рекламной продукции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 18/0,5 недели |
|                                                                                                                                                       | <b>Учебная практика раздела 1 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</b> | <b>Виды работ</b><br>Использование типографики в графическом дизайне.<br>Создание информационного плаката.<br>Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике.<br>Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 18/0,5 недели |

|  |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |               |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|  | <p><b>Учебная практика раздела 2</b><br/> <b>МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</b></p>   | <p><b>Виды работ</b><br/> Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии.<br/> Определение задач учебной практики.<br/> Техника безопасности.<br/> Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии.<br/> Составление рекламного брифа по задачам фотосъемки.<br/> Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии.<br/> Проведение фотосъемки.<br/> Промежуточный анализ отснятого материала.<br/> Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 36/1 неделя   |
|  | <p><b>Учебная практика раздела № 3</b><br/> <b>МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</b></p> | <p><b>Виды работ</b><br/> Формирование положительного имиджа бренда или персоны.<br/> Определение задач учебной практики.<br/> Техника безопасности.<br/> Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии;<br/> Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъемки.<br/> Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии.<br/> Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии.<br/> Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия.<br/> Тестовые съемки натуры для рекламной фотосессии.<br/> Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света).<br/> Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения.<br/> Защита проекта.</p> | 36/1 неделя   |
|  | <b>Дифференцированный зачет</b>                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |               |
|  | <p><b>Производственная практика (по профилю специальности) МДК.04.01</b><br/> <b>Разработка творческих рекламных решений</b></p>            | <p><b>Виды работ</b><br/> Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика<br/> Поиск инсайта и ключевых рекламных решений<br/> Разработка рекламной продукции<br/> Сдача проекта заказчику</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 18/0,5 недели |
|  | <p><b>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 1</b><br/> <b>МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного</b></p>       | <p><b>Виды работ</b><br/> Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.<br/> Создания шрифтовых композиций.<br/> Спецэффекты</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 18/0,5 недели |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | контента для продвижения торговой марки                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Производственная практика (по профилю специальности) раздела 2 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки | <b>Виды работ</b><br>Разработка и создание дизайна рекламной продукции:<br>выбор художественной формы реализации рекламной идеи;<br>создание визуального образа с рекламными функциями;<br>художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 18/0,5 недели |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Производственная практика (по профилю специальности) раздела 3 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки | <b>Виды работ</b><br>Характеристика предприятия, организационная структура предприятия.<br>Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации.<br>Место фотографии в цепочке рекламной продукции.<br>Анализ рекламной деятельности предприятия.<br>Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.<br>Технология организации и проведения фотосопровождения.<br>Финишные визуальные работы. | 18/0,5 недели |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Дифференцированный зачет                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 576/16 недель |
| Итого                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |               |
| Производственная практика (преддипломная)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |               |
| <b>Виды работ</b><br>Общие вопросы охраны труда и пожарной безопасности. Обязанности студента-практиканта. Знакомство с базой практики, с правилами внутреннего распорядка организации. Инструктаж на рабочем месте.<br>Осуществлять поиск рекламных идей. Разработка авторских рекламных проектов.<br>Составление и оформление текста рекламных объявлений<br>Создание визуального образа с рекламными функциями<br>Выполнение визуального образа с рекламными функциями. Защита рекламного проекта<br>Выполнение рекламного продукта (не менее 3 наименований), представляющего собой комплексное проектирование системы идентификации корпоративного /фирменного/ стиля: плакат, открытка, календарь, буклет, реклама на транспорте, вывеска, логотип, эмблема, флайер, упаковка и т. д.<br>Анализ аналогов и прототипов. Анализ и подбор технологии печати.<br>Обоснование дизайнерского решения. Эскизы рекламного продукта (варианты). |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 90            |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <p>Выбор прикладного программного обеспечения обработки мультимедиа (AdobeFlash,). Работа со специализированным прикладным программным обеспечением для производства рекламного продукта.</p> <p>Выполнение импорта и экспорта графических файлов и анимации. Работа с прикладным программным обеспечением обработки видеопродукции и мультимедиа. Импорт и экспорт аудио файлов.</p> <p>Выбор и подготовка специального оборудования для производства рекламного продукта. Выбор прикладного программного обеспечения для производства рекламного продукта.</p> <p>Ознакомление со структурой и документацией организации</p> <p>Анализ ассортиментной политики организации.</p> <p>Разработка средств продвижения рекламного продукта.</p> <p>Разработка маркетинговой части бизнес-плана.</p> <p>Планирование, разработки и технического исполнения рекламного проекта</p> <p>Организация контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя</p> <p>Оформление портфолио по результатам производственной практики</p> <p>Организация деятельности по работе с заказчиком. Проведение поиска клиентов.</p> <p>Выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи. Осуществление поиска различных рекламных идей.</p> <p>Тестирование рекламы и определение ее эффективности.</p> <p>Индивидуальная работа с клиентом. Подготовка. Реализация.</p> |                     |
| <p><b>Индивидуальное задание (тема ДР студента)</b></p> <p>Проведение работ, связанных с выполнением ДР</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Подбор материала для ВКР</li> </ul> <p>Оформление дневника-отчета по практике</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 36                  |
| <p><b>Оформление</b></p> <p><b>дневника-отчета по практике</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнить практические зачетные задания;</li> <li>– собрать и оформить приложения для дневника-отчета</li> <li>– оформить дневник-отчет согласно требованиям</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 12                  |
| <p><b>Дифференцированный зачет</b></p> <p>Оценка результатов практики в форме защиты дневника-отчета</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 6                   |
| <b>Итого</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>144/4 недели</b> |

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

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

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

| Основная литература                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/87990">https://profspo.ru/books/87990</a>                                                                                                                                            |
| Попов, А. Д. Графический дизайн : учебное пособие / А. Д. Попов. — 3-е изд. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 157 с. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/110204">https://profspo.ru/books/110204</a>                                                                                             |
| Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/118366.html">https://www.iprbookshop.ru/118366.html</a>                                                   |
| Основы проектной и компьютерной графики : учебное пособие для СПО / составители С. Б. Тонковид. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 197 с. — ISBN 978-5-88247-952-6, 978-5-4488-0761-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/92835">https://profspo.ru/books/92835</a>                            |
| Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. — Москва : Прометей, 2021. — 164 с. — ISBN 978-5-00172-088-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/125686.html">https://www.iprbookshop.ru/125686.html</a>                                                                                                                                                      |
| Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/90586.html">https://www.iprbookshop.ru/90586.html</a>                                                                                             |
| Дорохова, М. А. Как заработать в Интернете : практическое пособие / М. А. Дорохова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 189 с. — ISBN 978-5-394-03151-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/83133.html">https://www.iprbookshop.ru/83133.html</a>                                                                                                                         |
| Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/95594">https://profspo.ru/books/95594</a>                                                                                            |
| Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/95335">https://profspo.ru/books/95335</a>                                                                           |
| Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/87862">https://profspo.ru/books/87862</a> |
| Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/90235.html">https://www.iprbookshop.ru/90235.html</a>                                                                                       |
| Дополнительная литература                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/57030.html">https://www.iprbookshop.ru/57030.html</a>                                                                                                                                          |
| Технологии создания и публикации цифровой мультимедийной информации : практикум для СПО / Л. Н. Титова, Е. П. Жилко, Э. И. Дямина, Р. Р. Рамазанова. — Саратов : Профобразование, 2024. — 78 с. — ISBN 978-5-4488-1484-6 — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/132581">https://profspo.ru/books/132581</a>                                                                                     |
| Катунин, Г. П. Технологии создания и обработки цифровой мультимедийной информации : учебник для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 793 с. — ISBN 978-5-4488-1308-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/108831">https://profspo.ru/books/108831</a>                                                                                                                   |
| Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 с. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/88795">https://profspo.ru/books/88795</a>                                                                                                       |
| Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/86471">https://profspo.ru/books/86471</a>                                                                                                                                 |
| Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/119290">https://profspo.ru/books/119290</a>                                                                                                       |
| Аликперова, Н. В. Потребительские практики: современные реалии и глобальные тренды : монография / Н. В. Аликперова. — Москва : Прометей, 2019. — 148 с. — ISBN 978-5-907166-37-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/94495.html">https://www.iprbookshop.ru/94495.html</a>                                                                                                                                            |
| Валько, Д. В. Маркетинг взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли: концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий : монография / Д. В. Валько. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 173 с. — ISBN 978-5-4486-0666-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/81482.html">https://www.iprbookshop.ru/81482.html</a> |
| Сухорукова, Н. Г. Экономическое поведение : учебное пособие / Н. Г. Сухорукова, С. А. Филатов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 142 с. — ISBN 978-5-4497-1199-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/108257.html">https://www.iprbookshop.ru/108257.html</a> (                                                                                                                                                       |

### Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://www.a-z.ru/assoc/osr/)
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке [adindex.ru](http://adindex.ru);
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы [www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru);
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы [www.bigadvenc.ru](http://www.bigadvenc.ru)
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": [www.advertology.ru/](http://www.advertology.ru/)
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
11. [Fototips.ru](http://Fototips.ru) — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. [Просты фокусы](http://Просты фокусы) — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. [Photo-Monster](http://Photo-Monster) — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. [Основы фотографии](http://Основы фотографии) от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «[Культпросвет](http://Культпросвет)» на сайте [Photograher.ru](http://Photograher.ru) — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте [Russian Photo](http://Russian Photo).
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на [сайте журнала «Фотоиндустрия»](http://сайте журнала «Фотоиндустрия»).
18. Вдохновляющие советы на сайте [Photomotion.ru](http://Photomotion.ru).
19. Уроки от [Prophotos](http://Prophotos).
20. Советы от [Digital Camera World](http://Digital Camera World).
21. [MorgueFile Classroom](http://MorgueFile Classroom) — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).

22. [Photonet learning](#) — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. [Photomanual](#) — доступно о фотографии.
24. [BAMP](#) — уроки по мобильной фотографии
25. [Библиотека книг по фотографии](#).

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

| Код ПК и ОК | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Методы оценки                                                                                             |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 01       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li> <li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li> <li>- аргументация выбора конкретного способа.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Текущий контроль и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 02       | <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> | Текущий контроль и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 03       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Текущий контроль и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 04       | <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>                                                                                                  | Текущий контроль и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 05       | <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 самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.</li> </ul>                                                                                                                                                            | Текущий контроль и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 07       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <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> | Текущий контроль и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 09       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Текущий контроль и наблюдение за деятельностью обучающегося                                               |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                          |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области                                                                                                                                                                                                                                       | чающегося в процессе освоения образовательной программы                                                                                  |
| ПК 1.1 | - анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка;<br>- полнота и точность выявления целевых групп;<br>- обоснованность решений при определении метода проведения исследования;<br>- демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.                                                                                            | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 1.2 | - полнота и точность анализа рынка;<br>- демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка;<br>- обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка;<br>- демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.                                                                                                                         | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК1.3  | - способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.                                                                                                                                                                                                                                                                            | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 1.4 | - аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками;<br>- точность выбора вида рекламной кампании;<br>- обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности;<br>- правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов. | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 2.1 | - адекватность и полнота разработанных планов;<br>- умение определить цели и задачи кампании;<br>- способность выбрать стратегические подходы;                                                                                                                                                                                                                                            | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 2.2 | - качество анализа рынка и целевой аудитории;<br>- четкость и структурированность презентации;<br>- соответствие планов установленным форматам;<br>- убедительность аргументации;<br>- понимание стратегической направленности.                                                                                                                                                           | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 3.1 | - определять и классифицировать рекламу;<br>- применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;                                                                                                                                                                                                                         | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 3.2 | - выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;<br>- работать с нормативными документами в области рекламы;<br>- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»                                                                                               | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 3.3 | - участников рекламной деятельности и их функции;<br>- классификацию рекламы;<br>- процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;<br>- виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»;<br>- понятие и основы брендинга;                                                                                                    | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                          |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | - методы оценки эффективности рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                          |
| ПК 4.1 | - использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 4.2 | - художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж;<br>- креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта;<br>- оригинальность рекламной идеи;<br>- использование программ компьютерной графики.               | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |
| ПК 4.3 | - обоснованность выбора проектных технологий и инструментов;<br>- уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев:<br>- актуальность;<br>степень достижения - поставленной цели;<br>- креативность;<br>- изобразительная ценность;<br>- обоснованность выводов и предложений;<br>- характер (авторский или компилятивный);<br>- использование смежных технологий и материалов;<br>- эффективность. | Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик. |