

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Горшков Георгий Сергеевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 27.05.2024 15:10:14  
Уникальный программный идентификатор:  
77acd55e49b7c81c7c6a46276b4779b08f9164a9

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

**СОГЛАСОВАНО  
ООО «Пролог плюс»  
Протокол согласования  
от 12 марта 2024 г.**

**УТВЕРЖДЕНО  
приказом Директора МФЮИ  
от 25.04.2024 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 2024 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 связанные 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	<p>Планирования системы маркетинговых коммуникаций</p> <p>Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций</p>
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 поставленным 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, ОК 01-05, 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, ОК 01-05, 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, 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, ОК 01-06, 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, ПК.2.1-2.2, ПК.3.1-3.3, ПК.4.1-4.3, ОК 01-07, 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)
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Учебная практика	– разработка брифа. – проведение первичного анализа рынка.	36/1 неделя
	<b>Дифференцированный зачет</b>		
	Производственная практика (по профилю специальности)	– анализ состава рынка. – проведение сегментирования на рынке. – разработка плана проведения исследований потребителей. – разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. – подготовка плана проведения рекламной кампании.	72/2 недели
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<b>Дифференцированный зачет</b>		
	Учебная практика	Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.	72/2 недели
	<b>Дифференцированный зачет</b>		
	Производственная	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. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 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 2. Разработка графических элементов 3. Создание концепции графического оформления 4. Разработка структуры и схемы сайта 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 2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 3. Изготовить рекламный и/или PR материал. 4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 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> Проведение ситуационного анализа Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 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> Использование типографики в графическом дизайне. Создание информационного плаката. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.	18/0,5 недели

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

	контента для продвижения торговой марки		
	<b>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 2 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</b>	<b>Виды работ</b> Разработка и создание дизайна рекламной продукции: выбор художественной формы реализации рекламной идеи; создание визуального образа с рекламными функциями; художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.	18/0,5 недели
	<b>Производственная практика (по профилю специальности) раздела 3 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</b>	<b>Виды работ</b> Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. Анализ рекламной деятельности предприятия. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Технология организации и проведения фотосопровождения. Финишные визуальные работы.	18/0,5 недели
	<b>Дифференцированный зачет</b>		<b>576/16 недель</b>
<b>Итого</b>			
<b>Производственная практика (преддипломная)</b>			
	<b>Виды работ</b> Общие вопросы охраны труда и пожарной безопасности. Обязанности студента-практиканта. Знакомство с базой практики, с правилами внутреннего распорядка организации. Инструктаж на рабочем месте. Осуществлять поиск рекламных идей. Разработка авторских рекламных проектов. Составление и оформление текста рекламных объявлений Создание визуального образа с рекламными функциями Выполнение визуального образа с рекламными функциями. Защита рекламного проекта 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. Анализ аналогов и прототипов. Анализ и подбор технологии печати. 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 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 PROFобразование : [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 PROFобразование : [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 PROFобразование : [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 PROFобразование : [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 Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [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 PROFобразование : [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; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - 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; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - 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; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - 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; - умение определить цели и задачи кампании; - 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; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - 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; - 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»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - 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; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - 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 печатные 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; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - 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; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения - поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации в ходе проведения практик.