

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Колледж индустрии моды и красоты

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

по профессиональному модулю ПМ 03. Маркетинговое и  
правовое обеспечение реализации рекламного продукта  
программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2023

Рабочая программа учебной практики ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама" примерной образовательной программой.

Разработчик(и): Н.А. Марченко, преподаватель, Ю.В. Погребняк, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании Методического совета КИМК

от «25» апреля 2023 г. протокол № 2

Председатель Методического совета КИМК



И.Л. Клочко

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### 1.1. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП).

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основных видов профессиональной деятельности по модулю ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта .

Учебная практика является частью учебного процесса и направлена на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций. Практика проводится в 8 на базе основного общего образования, 6 семестре на базе среднего образования, трудоёмкость составляет 72 часа, 2 недель.

Форма контроля - зачёт.

Форма проведения практики – *дискретно*.

### 1.1 Цель и задачи практики

Целью учебной практики по профессиональному модулю ПМ 03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» является формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта для последующего освоения общих и профессиональных компетенций по специальности.

Углубление и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении учебных циклов и профессиональных модулей; комплексное освоение всех видов профессиональной деятельности; приобретение первоначальных практических навыков и профессиональных умений по избранной специальности; формирование общих и профессиональных компетенций ; - приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах.

Задачами практики являются:

- подготовка специалистов к осознанному и углубленному изучению дисциплин учебных циклов и профессиональных модулей, привитие им первичных умений и навыков по избранной специальности;

- овладение профессиональной деятельностью по специальности, развитие профессионального мышления;

- закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин, определяющих профиль специальности;

- формирование представлений о культуре труда, культуре и этике межличностных отношений, потребности бережного отношения к рабочему времени, качественного выполнения заданий, соблюдению правил и норм охраны труда, технике безопасности и противопожарной защите. Поставленные цели достигаются путем знакомства обучающихся с работой различных предприятий, организаций, учреждений, независимо от их организационно -правовых форм

## 2 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП СПО

В соответствии с основным видом деятельности: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, к которому готовятся выпускники, в результате прохождения практики, обучающиеся должны продемонстрировать следующие результаты обучения:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана.

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта
- .знать:
- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

В результате прохождения практики у обучающихся формируются общие компетенции (ОК) и профессиональные компетенции (ПК), соответствующие основному виду деятельности:

| Код компетенции  | Формулировка компетенции   |
|--|--|
| ОК1  | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.   |
| ОК2  | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество      |
| ОК3  | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  |
| ОК4  | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| ОК5  | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.  |
| ОК6  | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.   |
| ОК7  | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.  |
| ОК8  | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышениеквалификации.     |
| ОК9  | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.  |
| ОК10   | Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.                                   |
| ОК11   | Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.                                      |
| <i>Основной вид деятельности <b>Производство рекламной продукции</b></i> |  |
| ПК 3.1   | Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка   |
| ПК 3.2   | Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта   |

### 3 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

#### 3.1 Этапы прохождения практики

Содержание учебной практики по профессиональному модулю ПМ 03

«Производство рекламной продукции» структурированное по разделам и видам работ с указанием основных действий и последовательности их выполнения, приведено в таблице.

| Этап практики <sup>1</sup> | Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся.<br>Виды работ <sup>2</sup> | Количество часов | Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы |
|----------------------------|--|------------------|---|
| 1                          | 2  | 3                | 4   |
| Подготовительный           | 1. Организационное собрание:   | 1                | ОК 1-11   |

|                                 |  |    |                    |
|---------------------------------|--|----|--------------------|
|                                 | ознакомление с особенностями прохождения практики;<br>согласование плана практики;<br>получение индивидуального задания на практику.   |    |                    |
|                                 | 2. Инструктаж по технике безопасности:<br>ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ;<br>общее ознакомление с технологическим процессом на данном участке работы;<br>ознакомление с опасными зонами работ. | 2  | ОК 1-11            |
| Основной<br>(экспериментальный) | 1. Ознакомление с предприятием   | 1  | ОК 1-11            |
|                                 | Проведение исследований предпочтений целевых групп потребителей  | 14 | ОК 1-11,<br>ПК 3.1 |
|                                 | 3. Анализ результатов исследований предпочтений целевых групп  | 16 | ОК 1-11,<br>ПК 3.1 |
|                                 | 4. Проведение сегментирования рынка.   | 15 | ОК 1-11, ПК 3.1    |
|                                 | 5. Разработка решений, направленных на продвижение рекламного продукта.  | 15 | ОК 1-11, ПК 3.2    |
|                                 |  |    |                    |
| Заключительный                  | 1. Обобщение полученных материалов   | 2  |                    |
|                                 | 2. Подготовка и оформление отчета о практике   | 2  |                    |
|                                 | 3. Защита отчета по практике в форме конференции   | 2  |                    |
| Всего:                          |  | 72 |                    |

### 3.2 Задания на практику

1. Выявление требований целевых групп потребителей.
2. Разработка анкеты для исследования целевых групп.
3. Проведение анкетирования целевых групп потребителей.
4. Анализ результатов анкетирования целевых групп потребителей.
5. Составление текста рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе, закрепленные ФЗ «О рекламе»
6. Оформление заявления и необходимых документов для получения разрешения в органах местного самоуправления города Владивостока для установки рекламной конструкции
7. Составление договора на установку, эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности
8. Оформление договора на установку, эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в частной собственности
9. Составление искового заявления в суд общей юрисдикции о нарушении требований к рекламе лекарственных изделий
10. Оформление искового заявления в арбитражный суд о недостоверной рекламе, представленной рекламным агентством

## **4.1 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

### **4.2 Материально-техническое обеспечение**

Реализация программы производственной практики профессионального модуля предполагает наличие в образовательном учреждении учебных, учебно-производственных кабинетов и лабораторий:

- кабинета проектирования рекламного продукта.
- мастерской реклама
- кабинета шрифтовой и художественной графики;
- фото и видео лаборатории;
- компьютер с выходом в Интернет;
- аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска, колонки);
- принтер;
- мультимедийное оборудование;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

### **4.3. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, дополнительной литературы.**

#### **Законодательные и нормативные акты**

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

#### **Основная литература:**

1. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности, учебник – М., Дашков и Ко, 2011.
2. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления, учебник – М., Дашков и Ко, 2010 г.
3. Назайкин А.Н.. Эффективный рекламный текст. М. 2011
4. Полукаров В.Л., С.Н. Рощупкин. Разработка и технология производства рекламного продукта. "Кнорус", М. 2012
5. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. М. 2012
6. Романов А.А. Разработка рекламного продукта. "Инфра -м", М :2011

#### **Дополнительная литература:**

1. Валладарес Дж. А. Ремесло копирайтинга, учебник – СПб.: Питер, 2009
2. Бернадская Ю.С.. Рекламный текст. М., 2009
3. Геращенко Л. .Азбука рекламы. М., ИД Диаграмма, 2005
4. Голубева О.Л. Основы композиции, учебник – М., Издательский дом «Искусство», 2006 год
5. Марочкина С.С., Дмитриева Л.М., Азарова Е.В. Введение в специальность. "Юнити", М., 2009
6. Назайкин А.Н. Практика рекламного текста, учебное пособие – М.: Бератор-Пресс, 2009.
7. Панкратов Ф. Г., Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин . Рекламная деятельность. М., 2002
8. Пономарева А.М.. Рекламная деятельность А. М. "Март", М: 2006
9. Рюмшина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе. М., Март, 2004
10. Розенсон И.А. Основы теории дизайна . "Питер", М: 2006
11. Ткаченко Н.В., Ткаченко О.Н. Креативная реклама. "Юнити", М., 2009
12. Устин В.Б., Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве, учебное пособие, – М., Форум, 2007 год
13. Устин В.Б. Учебник Дизайна. Композиция, методика, практика, учебник – М., АСТ, Астрель, 2009

14. Ученова В.В., Старых Н.В . История рекламы.СПб, 2002
15. Ученова В.В. Реклама: палитра жанров.М. 2004
16. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама. Принципы и практика "Питер", М: 2009
17. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности. М. Академия. 2009

#### Интернет-ресурсы:

1. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
2. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
3. [www.reklamist.com](http://www.reklamist.com) - «Энциклопедия Рекламных Знаний»
4. <http://www.iaa.ru/> - Международная рекламная ассоциация, российское отделение
5. [www.AdVesti.ru](http://www.AdVesti.ru) - о рекламе и маркетинге в России и мире
6. [www.Adindex.ru](http://www.Adindex.ru)
7. <http://www.adme.ru/>
8. <http://www.sostav.ru/>
9. <http://kak.ru/> - журнал о дизайне и рекламе
10. <http://www.prosmi.ru/> - журнал «Практика рекламы»
11. <http://www.advi.ru/> - журнал «Рекламные идеи»
12. <http://www.koob.ru/advertising/> - электронная библиотека

### 1 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

| Результаты обучения  | Критерии оценки   | Методы оценки             |
|--|---|---------------------------|
| -задачи, цели и общие требования к рекламе;<br>-основные направления рекламной деятельности;<br>-виды рекламной деятельности;<br>-структуру рекламного рынка.  | Знать, уверенно перечислять, различать.<br>Обратить особое внимание на выбор и использования инструмента анализа рынка и ЦА | Зачет по учебной практике |
| -проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;<br>-анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;<br>-проводить сегментирование рынка;<br>-принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта | Демонстрировать разработанное решение. Уметь обосновать использование выбранных средств.                                    | Зачет по учебной практике |
| -выявления требований целевых групп потребителей;<br>-разработки средств продвижения   | Демонстрировать разработанные кейсы, соответствующие профессиональным критериям качества.                                   | Зачет по учебной практике |

|   |  |  |
|---|--|--|
| рекламного продукта;<br>-разработки<br>маркетинговой части<br>бизнес-плана. |  |  |
|---|--|--|

Для оценки достижения запланированных результатов обучения по практике разработаны контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, которые прилагаются к программе практики.

## **6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ И ПО ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ**

По результатам учебной практики обучающийся обязан представить отчет и дневник практики, отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия (организации). Содержание отчета должно соответствовать программе практики, отчет представляется в печатном варианте объемом 15-20 страниц машинописного текста. Отчет включает введение, основную часть, заключение, приложения. В вводной части, отражается значимость рекламы для продвижения товаров (услуг) в организации (подразделении). Основная часть отчета должна содержать оценку и анализ визуальных образов и дизайна рекламной продукции организации, оценку и анализ эффективности рекламной деятельности и средств продвижения рекламного продукта в организации.

### **1. Общая характеристика предприятия:**

- Район размещения организации, организационно-правовая форма предприятия.
- Характеристика основных внешних и внутренних связей предприятия. Рекламная деятельность организации по продвижению продукта (товара). Виды отчетных документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.
- Характеристика и дизайн логотипа организации.
- Предложения по разработке и созданию дизайна рекламной продукции организации.

- Составление и оформление текста рекламных объявлений.

### **2. Управление производством**

- Организационная структура предприятия
- Организационная структура управления. Схема взаимосвязи подразделений, служб, отделов, звеньев управления. Функции управления. Наличие должностных инструкций и положений, определяющих функции подразделений и управленческого персонала. Ознакомление с инструкцией на примере одного подразделения и должности, состав и назначение подразделений, участков, служб; правилами внутреннего трудового распорядка и инструкциями по технике безопасности.

- Персонал предприятия. Численность персонала по отделам и службам. Их удельный вес в общей численности трудящихся.

- Системы мотиваций и продвижения по службе. Участие трудящихся в капитале и распределении прибыли.

### **3. Экономические показатели работы рекламной деятельности предприятия. Рекламные расходы организации.**

Заключение должно содержать выводы по всем анализируемым вопросам и рекомендации предприятию (подразделению) по совершенствованию рекламной деятельности предприятия. В приложения включаются в заполненном виде образцы сопроводительных и отчетных документов, актов, договоров (контрактов), сертификатов, деклараций, прайс-листов, рисунков, фотографий, эскизов и других дополнительных материалов, с которыми работал обучающийся на практике. Во время проведения итогового контроля проверяются объем изученного материала, результаты самостоятельной работы, отраженные в отчете и дневнике.

### **6.1 Общие положения**

Направление студентов на практику оформляется приказом, которым утверждается вид практики, сроки проведения практики, место прохождения практики, руководитель

практики из числа преподавателей и мастеров производственного обучения ВВГУ и руководитель практики от профильной организации.

Студент вправе самостоятельно выбрать место прохождения практики, согласовав его с руководителем от ВВГУ, если программа практики будет реализована в данной организации (предприятии) в полном объеме.

Студенты, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, имеют право проходить практику в организации (предприятии) по месту работы в случаях, если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики.

Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении практики составляет 36 часов в неделю независимо от возраста.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практик согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При необходимости (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

#### Сведения о местах проведения практик

Практика проводится в структурных подразделениях университета

### **6.2 Обязанности руководителей практики и обучающихся**

#### Руководитель практики от ВВГУ:

- проводит организационное собрание, на котором знакомит обучающихся с особенностями проведения и с содержанием практики;
- выдает студенту индивидуальное задание на практику и рабочий график (план);
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП СПО;
- оказывает методическую помощь (консультирование) обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий;
- по окончании практики проводит промежуточную аттестацию в форме защиты отчета по практике;
- выставляет результат промежуточной аттестации в ведомость и зачетную книжку студента.

#### Обучающийся должен:

- присутствовать на организационном собрании по практике;
- своевременно прибыть на место практики с предъявлением направления;
- соблюдать внутренний распорядок, выполнять требования охраны труда и режима рабочего дня, соответствующие действующим нормам трудового законодательства;
- полностью выполнять все виды работ в сроки, установленные заданием на практику;
- ежедневно заполнять дневник практики;
- по завершению практики в установленные сроки сдать руководителю практики от ВВГУ оформленные в соответствии с требованиями настоящей программы отчетные документы по практике.

### **6.3 Документы, регламентирующие проведение практики**

Для прохождения практики студенту выдается:

- направление на практику (Приложение А);
- индивидуальный договор на практику (Приложение Б), который заключается между ВВГУ и учреждениями, организациями, предприятиями независимо от их форм собственности, в соответствии с которыми последние обязаны предоставлять места для прохождения практики студентам-практикантам;
- индивидуальное задание (Приложение В);
- макет дневника практики (Приложение Г);

- рекомендации по оформлению отчета по практике (Приложения Д, Е).

Руководитель практики от профильной организации оформляет аттестационный лист о результатах прохождения практики обучающимся (Приложение Ж) и характеристику (Приложение З).

#### **6.4 Контроль и оценка результатов практики**

Контроль за прохождением практики осуществляется руководителем практики от ВВГУ в период посещения мест проведения практики, бесед с руководителями практики от предприятий, встреч с обучающимися.

По окончании практики студенты предоставляют руководителю документы, свидетельствующие о выполнении программы практики в полном объеме:

- дневник и отчет по практике в соответствии с индивидуальным заданием;

- аттестационный лист и характеристику на обучающегося, оформленные руководителем практики от предприятия.

Дневник практики (Приложение Г) ведется студентом ежедневно, в нем указываются дата, виды и объем работ, выполненных за день, а также проставляется оценка и подпись руководителя практики от предприятия.

По итогам практики руководителями формируются аттестационные листы (Приложение Ж), содержащие сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики (Приложение З) на обучающихся за период прохождения практики.

Дневник, аттестационный лист, характеристика заверяются печатью и подписью руководителя практики от предприятия.

На протяжении всего периода работы в организации студент должен в соответствии с программой практики собирать и обрабатывать необходимый материал, а затем представить его в виде оформленного отчета о практике своему руководителю. Отчет о практике является основным документом студента, отражающим, выполненную им во время практики работу. Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом. В плане – графике по практике рекомендуется отводить завершающие 2-3 дня для составления, редактирования и оформления отчета студентами.

Отчет о практике должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал. Отчет должен отражать выполнение индивидуального задания программы практики, заданий и поручений, полученных от руководителя практики организации (предприятия). Отчет должен содержать анализ деятельности организации (предприятия), выводы о приобретенных навыках и практическом опыте по конкретным видам работ. Рекомендации по написанию и оформлению отчета приведены в Приложениях Д, Е.

#### **Аттестация по практике.**

Оформленный отчет по практике с прилагаемыми к нему документами (дневник практики, аттестационный лист, характеристика) сдаются руководителю практики студентом в сроки, определенные графиком учебного процесса и этапами прохождения практики. Результаты обучения по практике оцениваются руководителем практики от ВВГУ на зачете с выставлением оценки. К сдаче зачета в форме защиты отчета по практике допускаются студенты, выполнившие требования программы практики и предоставившие отчетные документы. Руководитель практики на основании критериев, представленных в КОС по практике, проводит промежуточную аттестацию и выставляет результат в ведомость и зачетную книжку студента.

Студент, на защитивший в установленные сроки отчет по практике, считается имеющим академическую задолженность.

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине (без уважительной причины), направляется на практику повторно в свободное от учебы время.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### *Макет направления на практику*

### НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент(ка) \_  
Фамилия, имя, отчество

курс\_группа\_, обучающийся(щаяся) по специальности / профессии СПО

направляется  
на \_\_\_\_\_ (учебную/производственную) \_\_\_\_\_ практику

в объёме\_недель (часов), продолжительность практики с \_ по  
\_, в соответствии с приказом от \_ №

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики от ФГБОУ ВО «ВВГУ» \_

\_\_\_\_\_ фамилия, имя, отчество, должность

## Приложение Б

### ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО (ВИД) ПРАКТИКЕ

Студент(ка) \_\_\_\_\_  
Фамилия Имя Отчество

обучающийся на курсе, по специальности/профессии\_

направляется на \_\_\_\_\_ (вид)практику

в объеме\_ часов

в период с «\_»\_20\_г. по «\_»\_20\_г.

в организации \_

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период (вид) практики:

| № п/п | Виды работ | Кол-во часов |
|-------|------------|--------------|
| 1.    |            |              |
| 2.    |            |              |
| 3.    |            |              |
| 4.    |            |              |

Дата выдачи задания «\_»\_20\_\_ г.

Срок сдачи отчета по практике «\_»\_20\_г.

Руководитель практики

М.П.

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
Ф.И.О.

## Приложение В

# ДНЕВНИК прохождения (вид) практики

Студент (ка) \_\_\_\_\_

Фамилия Имя Отчество \_\_\_\_\_

Специальность/профессия \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Сроки прохождения с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Инструктаж на рабочем месте

«\_\_» \_\_ 20\_\_ г  
дата

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
Ф.И.О. инструктирующего

| Дата<br>(период) | Описание выполнения<br>производственных заданий (виды и<br>объем работ, выполненных за день) | Оценка | Подпись<br>руководителя<br>практики |
|------------------|--|--------|-------------------------------------|
|                  |  |        |                                     |
|                  |  |        |                                     |
| 2-3 дня          | Оформление отчёта практики   |        |                                     |
| последний день   | Дифференцированный зачет   |        |                                     |

Руководитель практики

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
Ф.И.О.

М.П.

## Приложение Г

### Рекомендации к оформлению отчета по практике

Отчет оформляется в соответствии с требованиями СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 «Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам. Структура и правила оформления».

Рекомендуется следующий порядок размещения структурных элементов в отчете:

1. Титульный лист;
2. Направление на практику;
3. Индивидуальное задание;
4. Отчет о выполнении заданий по практике, включающий в себя: введение, основную часть, заключение, список использованных источников, приложения.
5. Дневник по практике;
6. Характеристика на практиканта;
7. Аттестационный лист;

Структурные элементы перечислены в порядке размещения их в документе.

Все необходимые материалы по практике комплектуются студентом в папку-скоросшиватель.

#### Структура отчета по практике

**Титульный лист** - первая страница отчета, содержит следующие реквизиты: наименование министерства, полное наименование учебного заведения, наименование и вид практики, сведения об авторе работы, сведения о руководителе практики. (Приложение Е)

**Содержание** - перечисление информационных блоков отчёта с указанием соответствующих страниц.

**Введение** - включает формулировку задания на практику, цели и задачи прохождения практики, перечень основных видов работ, выполняемых в процессе практики.

**Основная часть** - разделяется на несколько частей, согласно индивидуального задания, описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики, полученный практический опыт и умения, приобретенные обучающимся во время прохождения практики

**Заключение** – содержит в себе выводы о результатах выполненных работ; необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики, сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя пройденного вида практики.

**Список использованных источников** – оформляется в соответствии с требованиями СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 (п. 4.9).

**Приложения** - раздел, содержащий образцы и копии документов, рисунки, таблицы, фотографии изображения, схемы, и т.д., по перечню приложений, указанному в программе практики.

Рекомендуемый объём отчёта по учебной практике – от 10 до 15 листов формата А4 (без учёта приложений).

## Приложение Д

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Колледж индустрии моды и красоты

### ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ по профессиональному модулю ПМ 02 Производство рекламной продукции программы подготовки специалистов среднего звена **42.02.01 Реклама**

период с «\_» мая по « » мая 2023 года

Студент группы \_ 1 \_\_\_\_\_ /Ф.И.О./  
*подпись*

Наименование предприятия: ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Руководитель практики \_\_\_\_\_ /ФИО/  
*подпись*

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

Руководитель практики от ФГБОУ ВО «ВВГУ» \_\_\_\_\_ /Погребняк Ю.В./

**Приложение Е**  
**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ**

Студент \_\_\_\_\_

Фамилия Имя Отчество  
обучающийся на \_курсе по специальности/профессии\_

\_\_\_\_\_код и наименование  
прошел (вид)практику по профессиональному модулю

\_\_\_\_\_ (индекс, наименование)

в объеме\_часов в период  
с \_\_20\_г. по \_\_20\_г.

в \_\_  
наименование организации

**Виды и качество выполнения работ в период прохождения практики:**

| <b>Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций</b> | <b>Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями</b> | <b>Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)</b> |
|--|---|--|
|  |   |  |
|  |   |  |
|  |   |  |
|  |   |  |

**Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:**

\_\_\_\_\_ (освоены на продвинутом уровне/ освоены на базовом уровне /  
освоены на пороговом уровне /освоены на уровне ниже порогового)

Дата \_\_20\_г. Оценка за практику\_\_

Руководитель практики от предприятия \_\_ \_\_  
подпись Ф.И.О.

М.П.

## Приложение Ж

### ХАРАКТЕРИСТИКА

#### о прохождении (вид)практики студентом

Студент \_\_\_\_\_

(ФИО студента) № курса/группы  
проходил практику с \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г. по \_\_202\_\_\_\_ г.

на базе \_  
название предприятия  
в подразделении\_  
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил\_дней, из них по уважительно причине отсутствовал\_дней, пропуски без уважительной причинысоставили\_ дней.

Студент соблюдал/не соблюдал трудовую дисциплину и /или правила техникибезопасности. Отмечены следующие нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности: \_

Студент не справился со следующими видами работ:

\_\_\_\_\_

За время прохождения практики студент показал, что

\_\_\_\_\_ (умеет/не умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способен/не способен налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет/не имеет хороший уровень культуры поведения, умеет/не умеет работать в команде, высокая/низкая степень сформированных умений в профессиональной деятельности и т.п.).

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя \_ В рамках дальнейшего обучения и прохождения (вид) практики студенту можно порекомендовать:

\_\_\_\_\_

Рекомендуемый разряд\_  
прописью

\_\_\_\_\_ Должность наставника/куратора

\_\_\_\_\_ подпись

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

М.П

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Колледж индустрии моды и красоты

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**  
для проведения промежуточной аттестации по учебной  
практике по профессиональному модулю ПМ 03.  
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации  
рекламного продукта

программы подготовки специалистов среднего звена  
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2023

Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по производственной практике по профессиональному модулю ПМ03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта разработаны в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01, Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12 мая 2014 года, № 510, "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама рабочей программой практики.

Разработчик(и): *Н.А.Марченко, преподаватель КИМК, Ю.В.Погребняк, преподаватель КИМК*

Рассмотрено и одобрено на заседании Методического совета КИМК

от «25» апреля 2023 г. протокол № 2

Председатель Методического совета КИМК



И.Л. Клочко

## 1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу производственной практики по профессиональному модулю ПМ 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации по практике, которая проводится в форме дифференцированного зачёта с использованием оценочного средства – защита отчета по практике (собеседование).

## 2 Планируемые результаты обучения по практике, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

| Код ОК, ПК <sup>1</sup> | Код результата обучения <sup>1</sup> | Наименование результата обучения <sup>1</sup>  |
|-------------------------|--------------------------------------|--|
| ОК 01                   | 31                                   | сущность и характерные черты современной рекламной деятельности и менеджмента  |
|                         | У1                                   | Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывая особенности менеджмента и рекламной деятельности.  |
| ОК 02                   | 32                                   | основные принципы построения рекламной системы организации   |
|                         | У2                                   | Применять методики оценки эффективности и качества решения профессиональных задач  |
| ОК 03                   | 33                                   | применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента  |
| ОК 04                   | 33                                   | Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации   |
|                         | У3                                   | использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации   |
| ОК 05                   | 35                                   | Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации   |
|                         | У6                                   | использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации   |
| ОК 06-07                | 36                                   | внешнюю и внутреннюю среду организации   |
|                         | У7                                   | применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента  |
| ОК 08                   | 37                                   | Сущность процесса познания, значение самообразования для профессионального роста   |
|                         | 38                                   | Уметь ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста                                 |
|                         | У8                                   | применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента  |
| ОК 09                   | 39                                   | Технические и программные средства для создания рекламного продукта  |
|                         | У9                                   | Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта |
| ОК 10                   | У10                                  | Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.   |

| Код ОК, ПК <sup>1</sup> | Код результата обучения <sup>1</sup> | Наименование результата обучения <sup>1</sup>   |
|-------------------------|--------------------------------------|---|
| Ок 11                   | У11                                  | Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке. |
| ПК 3.1                  | У12                                  | Проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей.   |
|                         | У12                                  | Анализировать результаты исследований   |
|                         | П1                                   | Выявления требований целевых групп потребителей.  |
|                         | П2                                   | Разработки маркетинговой части бизнес-план  |
| ПК 3.2                  | У13                                  | Проводить презентацию рекламного продукта   |
|                         | П3                                   | Взаимодействия с субъектами рекламной деятельности  |

<sup>1</sup>- в соответствии с рабочей программой практики

### 3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

| Код результата обучения | Показатель <sup>2</sup> овладения результатами обучения   | Оценочные средства                            |  |
|-------------------------|---|---|--|
|                         |   | Наименование                                  | Представление в ФОС <sup>3</sup>                             |
| П1_3                    | Способность выявления требований целевых групп потребителей;<br>разработки средств продвижения рекламного продукта;<br>разработки маркетинговой части бизнес-плана  | Отчет по практике (раздел 2)                  | <i>Задание на практику (5.1)<br/>Вопросы на зачете п 5.2</i> |
| У1-11                   | Способность проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;<br>анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;<br>проводить сегментирование рынка;<br>принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; | Отчет по практике (раздел 2)                  | <i>Задание на практику (5.1)<br/>Вопросы на зачете п 5.2</i> |
| 31-11                   | Способность ставить задачи, цели и общие требования к рекламе;<br>основные направления рекламной деятельности;<br>виды рекламной деятельности;<br>структуру рекламного рынка  | Отчет по практике (раздел 1)<br>Собеседование | <i>Задание на практику (5.2)<br/>Вопросы на зачете п 5.2</i> |

<sup>2</sup> - для формулировки показателей использовать положения Таксономии Блума.

<sup>3</sup> - в скобках следует указать пункт раздела 5, в котором представлено оценочное средство.

#### **4 Описание процедуры оценивания**

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по практике результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Результаты обучения по практике, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырём бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

В установленные программой практики сроки студентом оформляется и сдаётся руководителю практики от ВВГУ письменный отчет по практике с приложением отчетных документов (дневник практики, аттестационный лист, характеристика). На зачете студент защищает отчет по практике. Устный доклад может быть представлен в форме сообщения или в форме презентации.

#### **Критерии оценивания устного ответа**

(оценочное средство – собеседование)

**5 баллов** - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

**4 балла** - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются одна - две неточности в ответе.

**3 балла** – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знание основных вопросов теории; слабо сформированным и навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

**2 балла** – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированным и навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

#### **Критерии оценивания письменной работы**

(оценочное средство: отчет по практике).

**5 баллов** - отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его; владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических.

аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

**4 балла** – отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, но допущены одна-две ошибки, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

**3 балла** – отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям не в полном объеме. В отчете представлена не полная информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено не в полном объеме. Выводы сделаны, но не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы, допущено более двух ошибок в оформлении работы.

**2 балла** - отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание не соответствует предъявляемым требованиям; индивидуальное задание не выполнено, выводы отсутствуют. Допущено значительное количество ошибок в оформлении работы.

Результирующая оценка по практике выставляется с учетом трёх оценок по формуле:

$$O_{рез.} = 0,3 \times O_{доклад} + 0,3 \times O_{отчет} + 0,4 \times O_{отзыв}, \text{ где}$$

Одоклад - оценка за устный доклад на защите;

Отчет - оценка за оформленный письменно отчет, включающий дневник по практике;

Отзыв – оценка, рекомендуемая руководителем практики от предприятия (организации).

Результирующая оценка округляется арифметически ( $\geq 0,5 = 1$ ).

### Критерии выставления результирующей оценки студенту на зачете

| Оценка по промежуточной аттестации | Характеристика качества сформированности компетенций   |
|------------------------------------|--|
| «отлично»                          | Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на продвинутом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, творческий подход и инициативу, сделал правильные, глубокие выводы, внес предложения; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент умеет тесно увязать теорию с практикой, логически верно, аргументировано и ясно дать ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, интерес к ней; демонстрирует умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность; владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. |
| «хорошо»                           | Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на базовом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, сделал правильные, но не глубокие выводы, допускаются незначительные ошибки, неточности; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент логически верно даёт ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; демонстрирует умение принимать решения в стандартных ситуациях; владеет навыками и приемами выполнения практических задач.   |

|                       |   |
|-----------------------|---|
| «удовлетворительно»   | Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на пороговом уровне: при выполнении задания не проявил глубоких теоретических знаний и умений применять их на практике, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей; при оформлении отчета допущены значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, отсутствуют выводы и/или предложения; студент испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| «неудовлетворительно» | Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на уровне ниже порогового: не выполнено задание по практике; студент не представил в срок отчетные документы; на защите студент демонстрирует неспособность отвечать на поставленные вопросы, выражает отсутствие интереса к будущей профессии, не показывает навыки и приемы выполнения практических задач.   |

## 5. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

### 5.1 Примеры заданий на практику:

1. Разработка маркетинговой части бизнес-плана.
2. Разработка средств продвижения рекламного продукта
3. Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы.
4. Составление отчета по маркетингу.
5. Составление рекламной кампании в СМИ. Разработка меди-плана. Выбор каналов носителей рекламного сообщения.

### 5.2 Перечень вопросов при проведении собеседования:

1. Кем и когда был принят ФЗ "О рекламе"?
2. Какие отношения регулирует ФЗ "рекламе"?
3. Что такое "объект рекламирования" согласно ФЗ "О рекламе"?
4. Какие требования предъявляются к защите несовершеннолетних в рекламе?
5. Перечислите товары и услуги, реклама которых не допускается согласно Закону РФ "О рекламе".
6. Какие есть требования к размещению рекламы в разных СМИ?
7. Какой срок хранения рекламных материалов предусмотрен законом?
8. Каким образом происходит саморегулирование рекламной деятельности?
9. Что такое государственное регулирование рекламной деятельности?
10. Как в организационную структуру предприятия включаются специалисты в области продвижения товаров и услуг?
11. Какое место в системе маркетинга занимает реклама?
12. Какова связь рекламы с другими элементами системы маркетинга?
13. В чем смысл формулы Гарри Беквита?
14. Имидж компании, продвижение -это внутренняя или внешняя микросреда маркетинга?
15. Влияет ли организационная структура предприятия на рекламную стратегию и тактику, на выбор рекламоносителя?
16. Что такое 4 "P" маркетинга?
17. Что такое маркетинг-микс?
18. Исследование каких вопросов целесообразно осуществлять качественными, количественными методами, их сочетанием?
19. Что такое первичное, вторичное, качественное, количественное, сравнительное маркетинговое исследование?
20. Каковы основные этапы маркетинговых исследований в рекламной деятельности?