

Министерство образования и науки Челябинской области  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Южно-Уральский государственный колледж»

УТВЕРЖДАЮ

Зам. Директора по Зам. директора  
по производственному обучению

\_\_\_\_\_/И.В. Милюков /  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**  
**ПМ.06 РЕКЛАМА И ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ**  
по специальности  
42.02.01 «Реклама»

Челябинск, 2023

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **42.02.01 Реклама**, положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510, положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013 г. N 291

**Организация-разработчик:**

Государственное бюджетное профессиональное образовательное «Южно-Уральский государственный колледж»

**Разработчик:**

Катаева Екатерина Ивановна, преподаватель ПЦК «Управленческих дисциплин» .

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

на заседании предметно-цикловой комиссии

(Протокол № 11 от «07» июня 2023 г.)

## Содержание

Паспорт программы производственной практики .....	3
Результаты освоения программы производственной практики .....	6
Тематический план и содержание производственной практики .....	8
Условия реализации программы производственной практики .....	10
Контроль и оценка результатов освоения производственной практики .....	14

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## Область применения программы:

Рабочая программа производственной практики является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения квалификации специалист по рекламе и основных видов профессиональной деятельности (ВПД): Владение технологией цифрового маркетинга товаров и услуг.

## Цели и задачи производственной практики:

закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения профессиональных умений обучающихся по изучаемому профессиональному модулю, развитие общих и профессиональных компетенций, освоение современных производственных процессов, адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

## Требования к результатам освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики по видам профессиональной деятельности обучающийся должен иметь практический опыт:

ВПД	Показатели характеризующие наличие практического опыта
Владение технологией цифрового маркетинга товаров и услуг	<ul style="list-style-type: none"><li>– самостоятельно планирует, реализует и анализирует продвижения рекламной кампании в сети интернет;</li><li>– выполняет реальные заказы;</li><li>– разрабатывает и проводит рекламную деятельность</li></ul>

Количество часов на освоение рабочей программы производственной практики в рамках освоения профессионального модуля 180 часов.

## Производственная практика проводится

- на 1 курсе во 2 семестре по завершению

МДК 06.04 Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий в объеме 72 часа

*- на 2 курсе в 4 семестре по завершению*

МДК 06.03 Цифровой маркетинг: СММ – продвижение в объеме 72 часа

*- на 3 курсе в 5 семестре по завершению*

МДК 06.02 Реклама в объеме 36 час

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Результатом освоения рабочей программы производственной практики является сформированность у обучающихся общих и профессиональных компетенций в рамках модулей ОППССЗ СПО по основным видам профессиональной деятельности (ВПД): Владение технологией цифрового маркетинга товаров и услуг и соответствующих профессиональных компетенций

Код	Наименование результата освоения практики
ПК.6.1	Разрабатывать техническое задание на создание продукта в сфере Креативных индустрий
ПК.6.2	Создавать графический дизайн – макетов продукта
ПК.6.3	Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта
ПК.6.4	Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта
ПК.6.5	Принимать решение в соответствии с требованиями рекламодателей и документами, регламентирующими рекламную деятельность
ПК.6.6	Планировать профессиональную деятельность в сфере Креативных индустрий

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Наименование тем	Содержание учебного материала (дидактические единицы)	Объем часов	Уровень освоения
<b>ПП.06 Производственная практика при изучении МДК.06.04. Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий</b>			
Тема 1. Вводное занятие. Первичный инструктаж	1. Ознакомление с видом деятельности компании. Организация рабочего места обучающегося \9 систематизация и организация рабочих файлов 0. Охрана труда при работе за компьютером, инструктажи по ТБ.	2	3
Тема 2. Составление брифа для заказчиков	2. Сбор информации о компании и продвигаемом товаре\услуге, определение рынка сбыта продукции (B2B, B2C, B2G, B2BC)	4	3
	3. Проведение анализа целевой аудитории. Выявление потребностей клиентов	6	3
	4.Выявление конкурентных преимуществ.	6	3
	5. Изучение процесса формирования бюджета рекламной кампании. Изучение условий оплаты контрагентам	6	3
Тема 3. Анализ рекламной деятельности	6. Разработка SWOT анализа: выявление конкурентов. Определение сильных и слабых сторон конкурентов	6	3
	7. Ознакомление с процессом взаимодействия с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта	6	3
	8. Ознакомление с технологиями продвижения рекламного продукта.	6	3
	9.Сформулировать гипотезу по улучшению эффективности.	6	3
Тема 4. Разработка рекламной кампании и оценка ее эффективности	10. Разработка технического задания на создание продукта	6	3
	11. Расчет эффективности рекламной кампании	6	3
	12.Выбирать эффективные каналы продвижения конкретного продукта	6	3

	12. Планировать свою работу в составе исполнителей по реализации технического задания	6	3
	Итого часов	72	
МДК 06.03 Цифровой маркетинг: СММ - продвижение			
Тема 1. Вводное занятие. Первичный инструктаж	1. Ознакомление с предприятием/организаций, режимом работы, правилами внутреннего распорядка. Изучение организации работы предприятия/организации. Изучение вопросов программного и технологического оснащения предприятия Охрана труда на рабочем месте. Инструктажи по ТБ	2	3
Тема 2. Анализ рекламной деятельности кампании	2. Изучение технического задания на разработку рекламной кампании. Разработка чек-листа по выполнению задания со сроками сдачи. Организация рабочего места (систематизация и организация рабочих файлов)	4	3
Тема 3. Составление контент-плана по продвижению компании. Выбор оптимальных каналов продвижения	3. Составление контент плана на основе анализа рекламной деятельности кампании. Выбор каналов продвижения (онлайн: социальные сети, баннерная реклама в интернете, контекстная реклама и т.д) Обоснование выбора каналов продвижения	6	3
	4. Составление бюджета на каналы продвижения Согласование с заказчиком	6	3
Тема 4. SEO продвижение	5. Подборка ключевых слов для SEO продвижения Проверить на соответствие деятельности компании. Проверить территориальную выборку. Проверить количество показов. Согласовать с заказчиком.	6	3
Тема 5. Разработка макета для интернетпродвижения для разных каналов продвижения	6. Разработать макет мудборда. Согласовать с работодателем визуальную концепцию рекламной кампании	6	3
	7. Разработка макетов для социальных сетей, отражающих бренд компании	6	3
	8. Разработать макеты интернет-баннера, отображающий бренд компании Согласование с заказчиком	6	3
Тема 6. Копирайтинг	9. Разработка продающей статьи для продвижения компании в интернете. Разработка рекламных постов в ВК (информационный, продающий, вовлекающий), согласно контент-плану и концепции рекламной кампании.	6	3
	10. Разработка офера рекламного баннера в интернете Согласовать с заказчиком	6	3
Тема 7. SMMпродвижение.	11. Создать публичную страницу в ВК	6	3



Таргетированная реклама	(если не было создано) Настроить рекламный кабинет в ВК Настроить таргетированную рекламу в ВК с минимальным бюджетом Оценить показатели эффективности (CTR, CPC) Согласовать с заказчиком		
Тема 8. Эффективность рекламной кампании в интернете	12.Посчитать CTR. Отразить стоимость клика по объявлению. Произвести расчет конверсии. Рассчитать стоимость обращения. Рассчитать стоимость одного подтвержденного заказа. Рассчитать возврат денежных средств с рекламы.	6	3
	13.Составить презентацию по эффективности рекламной кампании со всеми данными аналитики и проделанной работой	6	3
	Всего часов	72	
<b>ПП.06 Производственная практика при изучении МДК.06.02. Реклама</b>			
Тема 1. Вводное занятие. Первичный инструктаж	1. Ознакомление с предприятием/организаций, режимом работы, правилами внутреннего распорядка. Изучение организации работы предприятия/организации. Изучение вопросов программного и технологического оснащения предприятия Охрана труда на рабочем месте. Инструктажи по ТБ	2	3
Тема 2. Анализ рекламной деятельности кампании	2.Изучение технического задания на разработку рекламной кампании. Разработка чек-листа по выполнению задания со сроками сдачи. Организация рабочего места (систематизация и организация рабочих файлов)	4	3
Тема 3. Составление брифа для заказчиков	3.Разработка технического задания на разработку рекламной кампании. Разработка чек-листа по выполнению задания со сроками сдачи	6	3
Тема 4. Составление контент-плана по продвижению компании. Выбор оптимальных каналов продвижения	4. Составление контент плана на основе анализа рекламной деятельности кампании. Выбор каналов продвижения (онлайн: социальные сети, баннерная реклама в интернете, контекстная реклама и т.д) Обоснование выбора каналов продвижения	6	3
	5. Составление бюджета на каналы продвижения Согласование с заказчиком	6	3
Тема 5. Эффективность рекламной кампании в интернете	6. Выбор каналов продвижения (онлайн: социальные сети, баннерная реклама в интернете, контекстная реклама и т.д)	6	3
	7. Обоснование выбора каналов продвижения	6	3
	Всего часов	36	

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

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

Реализация рабочей программы производственной практики предполагает наличие прямых договоров с предприятиями / организациями, которые заключаются на долгосрочной основе либо индивидуально на каждого обучающегося на конкретный период прохождения производственной практики.

Оснащение:

- Информационный отдел организации:
  - компьютеры;
  - принтер;
  - программное обеспечение общего и профессионального назначения.

### **4.3. Общие требования к организации производственной практики**

Производственная практика проводится концентрировано по окончании теоретического обучения и прохождения учебной практики в рамках профессионального модуля.

В обязанности руководителя производственной практики от колледжа входит:

- обеспечение проведения всех организационных мероприятий перед выходом обучающихся на практику, в том числе подготовку и проведение организационного собрания, инструктаж по технике безопасности;

- осуществление контроля за обеспечением в подразделениях нормативных условий труда и отдыха обучающихся, ответственность за соблюдение правил техники безопасности;
- принятие участия в работе комиссии по приему зачета по практике, оценивание результатов выполнения обучающегося программы практики;
- разработка тематики индивидуальных заданий;
- обеспечение высокого качества прохождения практики обучающегося и строгого соответствия ее учебным планам и программам;
- принятие участия в распределении обучающихся по рабочим местам или перемещении их по видам работ;
- оказание методической помощи обучающегося при выполнении индивидуальных заданий, утверждение индивидуальных планов работы;
- осуществление постоянного контроль посещаемости обучающегося учебной практики, правильность и систематичность заполнения обучающегося отчетов по производственной практике, дневников и выполнения индивидуальных заданий.

Обучающийся при прохождении практики обязан:

- руководствоваться программой практики, полностью и своевременно выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- в полном объеме выполнять задания и рекомендации руководителя практики;
- строго выполнять действующие в подразделениях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать правила охраны труда и техники безопасности в подразделении;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками, а также материальную ответственность за сохранность приборов и оборудования:

- поддерживать имидж предприятия;
- сохранять коммерческую тайну предприятия;
- собрать и обобщить материалы, необходимые для написания отчета;
- ежедневно вести дневник практики (для производственной практики), и фиксировать в нем все виды работ, выполняемые в течение рабочего дня;
- регулярно (не реже раза в две недели) информировать руководителя практики от учебного заведения о проделанной работе;
- своевременно представить на проверку отчет о практике вместе с дневником и отзывом руководителя практики от предприятия и защитить отчет в установленные сроки.

С момента зачисления обучающихся на работу на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации.

Продолжительность рабочего дня при прохождении производственной практики обучающимися:

- в возрасте от 16 до 18 лет – не более 36 часов в неделю (ст.43 КЗОТ РФ);
- в возрасте от 18 и старше – не более 40 часов в неделю (ст.42 КЗОТ РФ).

В период производственной практики обучающиеся наряду со сбором материалов для отчета и выполнения индивидуального задания должны по возможности участвовать в решении текущих производственных задач организации - базы практики.

Руководитель практики со стороны принимающей организации:

- осуществляет повседневное руководство и контроль за ее ходом, предусматривающий выполнение всей программы в условиях работы данного предприятия;
- знакомит обучающегося с правилами внутреннего распорядка, действующего в организации, его должностными обязанностями;

- дает оценку деятельности обучающегося в период производственной практики (заполняет аттестационный лист), дает оценку сформированности общих компетенций обучающегося, готовит отзыв по окончании практики.

Обучающемуся, не выполнившему программу практики, продлевается срок ее прохождения. Если программа не выполнена по вине принимающей стороны, студент направляется в другую организацию до выполнения программы. В случае невыполнения программы практики, непредставления отчета о практике по вине обучающегося, либо получения отрицательного отзыва руководителя практики от организации, где практиковался обучающийся, и неудовлетворительной оценки при защите отчета обучающийся отчисляется из колледжа.

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Мастера производственного обучения и/или преподаватели, осуществляющие руководство производственной практикой обучающихся, должны иметь квалификационный разряд по специальности на 1-2 разряда выше, чем предусматривает ФГОС, высшее или среднее профессиональное образование по профилю профессии, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения производственной практики осуществляется руководителем практики в форме зачета. В результате прохождения производственной практики в рамках профессиональных модулей обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме комплексного дифференцированного зачета по ПП.06.

<b>Результаты обучения</b> <b>(полученный</b> <b>профессиональный опыт в</b> <b>рамках ВПД)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b> <b>результатов обучения</b>
Разрабатывать техническое задание на создание продукта в сфере Креативных индустрий	<ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертная проверка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по сбору, систематизации и анализа данных необходимых для разработки технического задания продукта, определение технических и программных средств для разработки макета с учетом их особенностей использования;</li> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия умения формировать готовое техническое задание на создание конкретного рекламного продукта в соответствии с требованиями к структуре и содержанию выполнять процедуру (утверждения) с заказчиком; поиска, анализа и интерпретации информации, необходимой для разработки, согласования и защиты технического задания. разработки концепции проекта; определять на основе расчетов основных технико-экономических показателей, экономическую эффективность проекта; проводить презентацию разработанного технического задания согласно требованиям, к структуре и содержанию; анализировать, обобщать</li> </ul>

	проектирование технического задания для дизайн-продуктов на основе полученной от заказчика информации.
Создавать графический дизайн – макетов продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполнения работ по разработке дизайн-макета на основе ТЗ, определению потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании, осуществление комплектации.</li> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия демонстрации знаний технологических, эксплуатационных и гигиенических требований, предъявляемых к используемым в дизайне материалам; современных тенденций в сфере Креативных индустрий; разнообразных изобразительных и технических приёмов и средств дизайнпроектирования; знания потребностей рынка</li> </ul>
Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта	<ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия умения представлять анализ технического задания на основе брифа заказчика;</li> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия правильность описания смарт-цели заказчика, точность описания задачи, замысла заказчика.</li> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия умения представлять анализ наличия обратной связи от ЦА; получение обратной связи/ответа от ЦА (звонок, сообщение, комментарий и т.п.); анализировать компанию; выявлять сильные и слабые стороны; выдвигать гипотезы.</li> </ul>
Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия навыка проверять соответствие выбранной идее/модели; применять/внедрять созданный продукт для организации рекламной кампании</li> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия умения оценивать воронку продаж,</li> </ul>

		<p>строить прогнозы роста согласно эффективности маркетинговой стратегии (по формуле ROI); строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов; характеризовать средства продвижения рекламного продукта: достоинства, недостатки, стоимость; подбирать средства в зависимости от целевой аудитории; рассчитывать бюджет продвижения; разрабатывать программу комплексных маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение рекламного продукта.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия умения оценки эффективности показателей, CTR; анализа наличия обратной связи от целевой аудитории;</li> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия разработки лендинга с формой обратной связи от потенциального клиента; присутствие формы обратной связи</li> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия разработки макета для поста в формате (картинка, видео) с результатом привлечения внимания целевой аудитории (получена обратная связь в форме комментария, сообщения)</li> </ul>
Принимать решение в соответствии требованиями рекламодателей документами, регламентирующими рекламную деятельность	в с и	<ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия знаний требований к рациональному использованию рекламного бюджета; правовых и юридических аспектов сопровождения рекламного проекта</li> </ul>
Планировать профессиональную деятельность в сфере Креативных индустрий		<ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия умения анализировать современные тенденции в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности; разрабатывать предложения по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового</li> </ul>



	<p>продукта и обслуживания заказчиков системы управления трудовыми ресурсами в организации;</p> <p>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия владением методами и формами самообучения и саморазвития на основе самопрезентации; способами управления конфликтами и борьбы со стрессом</p>
--	--

**Разработчики:**

ГБПОУ «Южно-Уральский  
государственный колледж»

Преподаватель \_\_\_\_\_ Катаева Екатерина  
ПЦК  
«Управленческих  
дисциплин» Ивановна

**Эксперт**

\_\_\_\_\_

Эксперт по  
лицензированию \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /