Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дымова Светлана Сергеевна
Должность: Директор
Дата подписания: 25.02.2025 16:25:57
Уникальный программный ключ:
76dbca65a427cca8906028245af279c57b2518e5

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

для обучающихся по специальности: **42.02.01 Реклама**
квалификация: **специалист по рекламе**

Форма обучения:
очная

Москва - 2025

Целью методических указаний является предоставление участникам образовательного процесса необходимой методической помощи по прохождению, оформлению и защите учебной практики по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Колледж бизнеса и дизайна»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ....4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ....8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА....9
3.1. Материально-техническое и методическое обеспечение практики....9
3.2. Требования к документации, необходимой для проведения практики....10
3.3. Обязанности обучающегося во время прохождения практики....11
3.4. Информационное обеспечение учебной практики....11
3.5. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой....14
3.6. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов....15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ....15
4.1. Система оценивания успеваемости и достижений обучающихся....16
4.2. Критерии выставления оценки за учебную практику....17
Приложение 1....18
Приложение 2....19
Приложение 3....20
Приложение 4....21

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности среднего профессионального образования, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

Учебная практика направлена на приобретение у студентов первоначального практического опыта, реализуется в рамках модуля образовательной программы СПО по основным видам профессиональной деятельности и дает возможность дальнейшего развития общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

Задачи практики:

- закрепление и использование специальных знаний, полученных в рамках профессионального модуля;
- преобразование приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных умений;
- овладение современными методами сбора, анализа и обработки научной информации по проблеме;
- подбор и анализ основной и дополнительной литературы в соответствии с проблематикой работ, выполняемых во время практики.
- приобретение опыта практической работы в соответствии с требованиями, установленными ФГОС СПО по специальности – 42.02.01 Реклама.

Учебная практика студентов по программе подготовки специалистов среднего звена организуется в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 июля 2023 г. N 552 в части требований к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности, регулируется Приказом Минобрнауки Российской Федерации №885, Министерства просвещения Российской Федерации № 390 от 05.08.2020 г. «О практической подготовке обучающихся» и Положением «О практике студентов Колледжа бизнеса и дизайна, осваивающих основные образовательные программы среднего профессионального образования».

Учебная практика (УП) по ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.

Перечень профессиональных компетенций для вида деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 1.1.	Определение целевой аудитории и целевых групп.
ПК 1.2.	Проведение анализа объема рынка.
ПК 1.3.	Проведение анализа конкурентов.

ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

В результате прохождения практики по профессиональному модулю ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» обучающийся должен:

Владеть навыками:

– определение целевой аудитории и целевых групп;

– проведение анализа объема рынка;

– проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

– выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

– использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

– планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

– эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

– осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

– содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

– пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Уметь:

– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;

– анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;

– доводить информацию заказчика до целевой аудитории;

– использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;

– производить качественные аналитические исследования рынка и конкурентной среды;

– организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;

– анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части, определять этапы решения задачи;

– составлять план действия и определять необходимые ресурсы для решения поставленной задачи;

– оценивать результат и последствия своих действий;

– определять необходимые источники информации;

– оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;

– использовать современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач;

– определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;

– применять современную научную профессиональную терминологию;

– определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

– оформлять бизнес-план;

– взаимодействовать с коллегами, руководством и клиентами в процессе прохождения практики;

– грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе;

– соблюдать нормы техники безопасности;

– определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;

– формулировать высказывания о своей профессиональной деятельности и дальнейшем профессиональном развитии.

Знать:

– способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;

– аудиторию различных средств рекламы;

– формы и методы работы с аудиторией, технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;

– методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;

– методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;

– структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;

– принципов выбора каналов коммуникации;

– виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;

– важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и при разработке рекламных носителей;

– основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;

– порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;

– номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;

– формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;

– порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;

– содержание актуальной нормативно-правовой документации;

– правила разработки бизнес-планов;

– порядок выстраивания презентации;

– основы проектной деятельности;

– особенности социального и культурного контекста;

– правила оформления документов и построения устных сообщений;

– правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;

– основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности;

– пути обеспечения ресурсосбережения;

– принципы бережливого производства;

– основные направления изменения климатических условий региона; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;

– особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности;

– возможные траектории профессионального развития и самообразования.

Количество часов, отводимое на освоение учебной практики

Вид практики	Индекс	Количество		Форма проведения
		недель	часов	
ПМ. 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	УП 01.01	3	108	Концентрированная
Вид аттестации: дифференцированный зачет				

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Тематический план учебной практики

Код ПК	Содержание ПК	Виды работ учебной практики	Содержание учебных занятий	Количество часов
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы	Разработка проекта бренд-бука на основе предложенного брифа	Организационное собрание курса (консультация). Инструктаж по прохождению практики, цели, задачи, структура отчета. Вводный инструктаж. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности. Выдача индивидуальных заданий	2
			Ознакомление с брифом	6
			Разработка решений, связанных с идеей и бренд-бука образом бренда	8
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка	Разработка макетов рекламных текстов с учётом выбранного фирменного стиля	Анализ образцов продукции на предмет установления элементов фирменного стиля	8
			Разработка предложений по ребрендингу фирменного стиля и их обоснование	8
			Создание макетов предполагаемой рекламных текстов	8
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов	Создание проекта пресс-кита	Ознакомление с деятельностью фирмы и её имиджевыми задачами	8
			Разработка PR-решений и плана мероприятий	8
			Создание макета пресс-кита от имени фирмы, рассчитанного на взаимодействие со СМИ в ходе предполагаемых мероприятий	8
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Отработка техники визуализации рекламной информации	Создание или анализ подборки рекламных изображений для выбранного товара (либо товарной категории)	8
			Разработка новых визуальных композиций и их стилистических элементов Объяснение способов воздействия на восприятие изображенных объектов	10
			Создание визуальных образов с рекламными функциями	8
			Определение характерных признаков товарной марки. Построение рекламных образов	8
Подведение итогов практики и систематизация документов по практике: составление отчета по практике, заключительная беседа с руководителем практики, проверка отчета и его защита				10
			ВСЕГО ЧАСОВ	**108**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

3.1. Материально-техническое и методическое обеспечение практики

Реализация программы учебной практики по профессиональному модулю ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» осуществляется в кабинете «Проектирования рекламного продукта»

Кабинет проектирования рекламного продукта - № 249

Персональный компьютер преподавателя – 1 шт.
Персональный компьютер обучающегося – 16 шт.
Многофункциональное устройство – 1 шт.
Акустическая система – 1 шт.
Проектор – 1 шт.
Доска – 1 шт.
Шкаф металлический – 3 шт.
Стеллаж металлический – 2 шт.
Стеллаж – 1 шт.
Стол преподавательский – 1 шт.
Стул преподавательский – 1 шт.
Стол ученический – 8 шт.
Стул ученический – 16 шт.
Офортный станок – 1 шт.
Переплетчик на пластиковую пружину – 1 шт.
Степлер – 1 шт.
Резак для бумаги – 1 шт.
Программное обеспечение общего и профессионального назначения

Реализация программы практики по модулю требует наличия кабинета для самостоятельной работы обучающихся с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

№ 208

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся оснащен оборудованием и техническими средствами обучения:

Персональный компьютер преподавателя – 1 шт.
Персональный компьютер обучающегося – 8 шт.
Проектор – 1 шт.
Экран для проектора – 1 шт.
Акустическая система – 1 шт.
Доска меловая – 1 шт.
Стеллаж – 2 шт.
Стол преподавательский – 1 шт.
Стул преподавательский – 1 шт.
Стол проектный малый – 2 шт.
Стол ученический – 10 шт.
Стул ученический – 20 шт.

Практика так же может проводиться в организациях, осуществляющих свою деятельность по профилю настоящей образовательной программы (профильная организация), в том числе в структурных подразделениях профильной организации, предназначенных для проведения практической подготовки, на основании договоров, заключенных между АНПОО «Колледж бизнеса и дизайна» и профильными организациями.

3.2. Требования к документации, необходимой для проведения практики

Для проведения учебной практики, в образовательной организации предусматривается следующая отчетная документация:

- отчеты студентов о прохождении учебной практики;
- дневник практики;
- отзыв-характеристика на студента (Приложение 3);
- аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций (Приложение 4).

В период прохождения практики обучающимся ведется дневник практики. В дневнике студентом делаются систематические записи о фактически выполненной работе за день (несколько дней). В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По результатам практики обучающимся оформляется отчет, состоящий из письменного описания выполненных работ и приложений, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций. Отчет должен содержать развернутые ответы на все пункты программы практики, аналитические расчеты, проведенные по данным собранного материала, графические и табличные материалы, приложения.

Отчет имеет следующую структуру: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список источников и литературы, приложения (Приложение 2).

Текст отчета должен быть набран на компьютере и распечатан в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – 1,5 см, сверху и снизу - 2 см;
- абзацный отступ – 1,25 см
- выравнивание теста - «по ширине».

Названия глав и «Содержание», «Введение», «Заключение» и «Список литературы» пишут полностью прописной буквы, располагая по центру. Названия параграфов – располагаются сразу слева, без абзацного отступа и начинаются с прописной буквы. Основная часть отчета состоит из разделов, подразделов, параграфов (при необходимости). Разделы имеют порядковые номера (сквозная нумерация), обозначенные арабскими цифрами без точки в конце.

Примерный объем отчета 15-17 листов (без учета Приложений к отчету). Объем отчета уменьшен быть не может, а может быть только увеличен.

Титульный лист отчета оформляется в соответствии с требованиями, указанными в Приложении 1 к данной рабочей программе. На последующих листах располагается основной текст отчета.

Студент отвечает за грамотность и аккуратность оформления отчета. Отчет, в котором отсутствуют подписи руководителя практики от организации, к рассмотрению не допускается.

К отчёту прилагается отзыв-характеристика, подписанная организацией и заверенная печатью или штампом организации, участвующей в проведении практики.

3.3. Обязанности обучающегося во время прохождения практики

Студенты в период прохождения практики обязаны:

Перед началом практики:

– пройти вводный инструктаж по технике безопасности, охране труда и производственной санитарии;

– получить индивидуальное задание, бланк дневника практики, аттестационный лист.

Во время прохождения практики:

– пройти на предприятии первичный инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка, охране труда и пожарной безопасности;

– полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;

– в течение практики ежедневно вести дневник;

– соблюдать действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка, требования охраны труда и пожарной безопасности;

– не допускать пропусков практики без уважительной причины;

– в случае болезни предоставить руководителю практики медицинскую справку

После окончания практики:

– предоставить руководителям практики от организации и от колледжа оформленный дневник по практике, отчет, оформленный в соответствии с установленными требованиями, аттестационный лист;

– в качестве приложения к отчету по практике обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видеоматериалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

– предоставить отзыв – характеристику с предварительной оценкой руководителя практики от организации (с подписью и печатью);

– явиться на дифференцированный зачет к руководителю практики от колледжа в установленный срок.

3.4. Информационное обеспечение учебной практики.

Перечень учебной литературы и других информационных источников
а) нормативно-правовые акты:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.// Собрание законодательства РФ. 04.08.2014. № 31. Ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994г. № 51-ФЗ// Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 29.01.1996. № 5. Ст. 410.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2002. № 1 (часть 1). Ст. 1.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 № 63-ФЗ// Собрание законодательства РФ. 1996. № 25. Ст. 2954.
6. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.
7. Федеральный закон от 18 мая 2005 г. № 51-ФЗ «О Выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2005. № 21. Ст. 1919.
8. Федеральный закон от 1 декабря 2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» // Собрание законодательства РФ. 2007. №49. Ст. 6076.
9. Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» // Ведомости СНД и ВС РФ. 09.04.1992. № 15. Ст. 766.
10. Постановление Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» // Собрание законодательства РФ. 2006. № 35. Ст. 3758.

б) основная учебная литература:

1. Арзуманян, А. Б. Международные стандарты защиты интеллектуальной собственности : учебное пособие : [16+] / А. Б. Арзуманян ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 97 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577695
2. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие : [16+] / А. Б. Арзуманян ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. – 118 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691269
3. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник : [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 390 с. : ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709798
4. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499
5. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы : учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 450 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710037
6. Савельева, О. О. Российская история рекламы : учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 576 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709868
7. Филипович, Е. И. Психология рекламы : учебное пособие : [16+] / Е. И. Филипович ;

Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2023. – 98 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712217

8. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408
9. Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 232 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345
10. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 392 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395

Информационные ресурсы:

1. http://www.window.edu.ru - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования
3. http://www.liber.rsuh.ru - Электронная библиотека РГГУ
4. http://www.znanium.com - ЭБС «Знаниум»
5. http://www.adindex.ru -Сайт о рекламе и маркетинге
6. http://www.adme.ru - Сайт о рекламе
7. http://www.advertiser-school.ru/pr-theory/press-conference.html - Школа рекламиста
8. http://www.advertology.ru - сайт о рекламе.
9. http://www.advesti.ru - Сайт, посвященный рекламодателям
10. http://www.advi.ru - Рекламные идеи. О брендинге и креативе
11. http://www.advtime.ru - Теория и практика рекламы. СМИ. РА
12. http://www.akarussia.ru - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России
13. http://www.al24.ru/category/biznes-ekonomika-finansy/reklama-i-pr/page/3 - Книги о рекламе и ПР
14. http://www.bbc.co.uk - BBC
15. http://www.bigadvenc.ru - Большая энциклопедия рекламы
16. http://www.brandblog.ru - Брендинг блог
17. http://www.brand-management.ru - Журнал Бренд-менеджмент
18. http://www.brandtop.ru - Известные бренды и их продвижение
19. http://www.Event-live.ru - Деловой портал для профессионалов ивент-менеджеров
20. http://www.eventmarket.ru/, http://eventpremia.ru/, http://www.event.ru Специализированные интернет-площадки по ивент-маркетингу
21. http://www.eventros.ru - Национальная Ассоциация Организаторов Мероприятий (НАОМ)
22. http://www.flowingdata.com – сайт о рекламе
23. http://www.fom.ru - Фонд Общественное мнение
24. http://www.grebennikoff.ru/product - Журнал «Event-маркетинг»
25. http://www.iaa.ru - Международная рекламная ассоциация. Российское отделение:
26. http://www.index.ru - Index.ru открытая база данных по компаниям, работающим в

области визуальных коммуникаций. Самый большой каталог выполненных работ
27. http://www.marketing.rbc.ru - Российская ассоциация маркетинга
28. http://www.marketing.web-3.ru- Маркетинг, тематический портал
29. http://www.media-online.ru -Media-online. Все о рекламе
30. http://www.monitoring.ru - Агентство исследований социума и телерадиовещания
31. http://www.pressclub.host.ru - Пресс-клуб
32. http://www.PR-life.ru - PR-Life.
33. http://www.prnews.ru - ПР-новости
34. http://www.prosmi.ru – Практика рекламы
35. http://www.prserv.ru - Служба PR
36. http://www.rakours-pr.ru - Агентство общественных коммуникаций Ракурс-ПР
37. http://www.ram.ru - Российская Ассоциация Маркетинга
38. http://www.raso.ru - Российская ассоциация по связям с общественностью
39. http://www.rbk.ru - Росбизнесконсалтинг
40. http://www.reklamist.com - «Энциклопедия Рекламных Знаний»
41. http://www.reklamodatel.ru - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи
42. http://www.russbrand.ru - Электронный журнал о брендинге в России
43. http://www.rwr.ru - RWR. Реклама в России
44. http://www.sostav.ru - Независимый проект брендингового агентства Depot
45. http://www.sovetnik.ru - Советник. Популярный сайт о PR

3.5. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой.

Реализация образовательной программы обеспечена педагогическими работниками АНПОО «Колледж бизнеса и дизайна», а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности «11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия» и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Руководство учебной практикой осуществляется преподавателями дисциплин и междисциплинарных курсов профессионального цикла соответствующей специальности, включенных в программу практики. Организацию и руководство учебной практикой, осуществляют преподаватели профессионального цикла от колледжа и руководители от организации. Квалификация педагогических работников колледжа отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Все педагогические работники, привлекаемые к реализации настоящей образовательной программы, не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности «11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия», а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах

профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

Руководитель организации, осуществляющий общее руководство практикой студентов в организации, за две недели до начала практики назначает непосредственных руководителей практики от организации, определяет наставников. Руководитель практики от организации руководит работой студентов на местах практики, обеспечивает безопасные условия прохождения практики студентами, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда.

3.6. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Практика студентов и ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется в соответствии с Положением о практике студентов, осваивающих основные образовательные программы среднего профессионального образования в АНПОО «Колледж бизнеса и дизайна».

При выборе мест происхождения практики студентами с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся.

На основании личного заявления студента практика может проводиться в структурных подразделениях Колледжа.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль работы студентов осуществляется руководителями практики от принимающей организации и от АНПОО «Колледж бизнеса и дизайна».

Промежуточный контроль выполнения студентом – практикантом программы практики осуществляется совместно руководителями практики от Колледжа и от организации в виде регулярных проверок явки студента на место практики (ведение журнала учета явки студентов). Формой контроля является также ведение студентом дневника практики, в котором делаются систематические записи о фактически выполненной работе за день (несколько дней).

По результатам практики руководителями практики от организации и колледжа формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения студентом профессиональных компетенций.

По окончании практики студент сдает руководителю практики от колледжа:

1. Отчет с выполненным индивидуальным заданием, содержащий развернутые ответы на все пункты программы практики, аналитические расчеты, проведенные по данным собранного материала, графические и табличные материалы, приложения. Результаты выполнения индивидуального задания должны быть включены в отчет. Титульный лист отчета скрепляется подписью руководителя практики от организации и руководителя практики от колледжа;
2. Заполненный дневник практики, подписанный руководителем практики от организации и заверенный печатью или штампом организации;
3. Аттестационный лист с оценкой освоенных компетенций и подписанный руководителем практики от организации с указанием занимаемой должности;
4. Отзыв-характеристику с места прохождения практики, подписанную

руководителем практики от организации и заверенную печатью или штампом организации.

Положительная оценка по практике выставляется при условии положительного аттестационного листа по практике об уровне освоения профессиональных компетенций, наличия положительной характеристики организации на студента по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием.

Оценку, выставленную студенту на зачете по практике, руководитель практики от колледжа заносит:

- в зачетную книжку (кроме неудовлетворительной);
- в аттестационную ведомость (в том числе и неудовлетворительную);
- в журнал учебных занятий (кроме неудовлетворительной).

Оценка по практике приравнивается к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Нарушение установленных сроков подготовки отчета рассматривается как нарушение учебной дисциплины и невыполнение учебного плана.

Студенты, не выполнившие требования программы практики по неуважительной причине или получившие неудовлетворительную оценку, не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации и подлежат отчислению из Колледжа бизнеса и дизайна как имеющие академическую задолженность.

4.1. Система оценивания успеваемости и достижений обучающихся: традиционная

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Форма и метод контроля и оценки**
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Обоснованность выбора методов и принципов для выполнения предпроектного анализа; Полнота проведения предпроектного анализа для разработки дизайн-проектов.	дифференцированный зачет по учебной практике
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	Владение преобразующими методами стилизации и трансформации для создания новых форм объектов; Использование современных тенденций в области дизайна в процессе дизайнерского проектирования.	дифференцированный зачет по учебной практике
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Способность правильного выполнения расчетов технико-экономического обоснования предлагаемого проекта; Обоснованность выбора способа расчета.	дифференцированный зачет по учебной практике
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Грамотное использование законов цветовой гармонии и законов зрительного восприятия; Обоснованность выбора колористического решения для дизайн-проекта.	дифференцированный зачет по учебной практике

4.2. Критерии выставления оценки за учебную практику

Оценка	Критерии оценки степени сформированности компетенций
Отлично	Точное владение понятийным аппаратом, практикант в полной мере владеет практическими знаниями, умениями и навыками,
Хорошо	Владение понятийным аппаратом, практикант владеет практическими знаниями, умениями и навыками, демонстрирует творческий подход к выполнению заданий, владеет аналитическими методами.
Удовлетворительно	Владение понятийным аппаратом, практикант владеет практическими знаниями, умениями и навыками, но демонстрирует репродуктивный подход к выполнению заданий, недостаточное глубокий аналитический ответ.
Неудовлетворительно	Слабое владение понятийным аппаратом, практикант допускает неточности, слабо владеет практическими знаниями, умениями и навыками, творческими и аналитическими методами работы.

Приложение 1

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

программа подготовки специалистов среднего звена
по специальности: 42.02.01 Реклама

ОТЧЕТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Выполнил: студент 2 курса группы _____

_____
ФИО студента

Руководитель от организации

_____
ФИО

_____
(подпись)

Руководитель от колледжа

_____
ФИО

_____
(подпись)

Москва 20__г.

Приложение 2

Структура отчета по практике

Отчет должен включать в указанной ниже последовательности:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение
- Основная часть
- Заключение
- Список литературы
- Приложения.

Содержание отчета

Оглавление должно отражать все материалы, представленные в работе. Перечисляются заголовки разделов и подразделов, список источников и литературы, каждое из приложений. Указываются номера страниц, на которых они начинаются. В конце оглавления перечисляют Приложения. При наличии самостоятельно разработанных документов их перечисляют с указанием обозначений и наименований.

Введение

Во введении излагаются и обосновываются: цель и задачи, методы и средства решения поставленных задач. Объем введения – 1-2 стр.

Основная часть

Содержание основной части должно отвечать заданию. Основная часть представляет собой изложение результатов работы. В ней демонстрируются умения самостоятельно работать с литературой, глубоко и всесторонне исследовать проблему, пользоваться современной научной терминологией.

Текст основной части делится на разделы, подразделы, параграфы в соответствии с оглавлением и структурой рассматриваемых вопросов.

Текст должен сопровождаться иллюстрациями: графиками, диаграммами, схемами. Каждый раздел рекомендуется начинать с нового листа.

Заключение

В заключении содержатся краткие выводы по результатам выполненной работы, оценка полноты решения поставленных задач, рекомендации по конкретному использованию результатов работы, ее теоретическая и практическая значимость. Объем заключения – 1-2 стр.

Список литературы

Список источников и литературы характеризует глубину и широту изучения проблемы, демонстрирует эрудицию и культуру исследования. В список включают все источники, на которые есть ссылки в тексте, в алфавитном порядке.

Перед названием источника в списке проставляется порядковый номер.

Порядок расположения источников:

- нормативно-правовые акты;
- научная и учебная литература (монографии, сборники статей, учебные пособия и др.);
- интернет-ресурсы.

Приложения

В приложения рекомендуется включать материалы иллюстративного и вспомогательного характера: копии документов правового характера, бланки документов, таблицы, самостоятельные материалы прикладного характера, брошюры.

Приложение 3

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент(ка) __ курса Автономной некоммерческой профессиональной образовательной организации "Колледж бизнеса и дизайна"

_____
(ФИО студента(ки))

с «___» _____ 202_ г. по «___» _____ 202_ г. прошел(ла)_____практику в _____

В период практики выполнял (а) обязанности _____

_____

За время прохождения практики _____
(ФИО студента(ки))

показал(а) _____
(уровень теоретической подготовки, умение применить и использовать знания)

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Программа практики выполнена полностью, компетенции сформированы:

☐ в полной мере

☐ частично

☐ не сформированы

В целом работа практиканта(ки) _____ выполнена
(ФИО студента(ки))

на должном профессиональном уровне и заслуживает оценки _____
(отлично, хорошо, удовлетворительно)

Руководитель от (организации) _____
(подпись, расшифровка подписи)

МП

Приложение 4

Аттестационный лист по учебной практике

студент _____
ФИО

обучающийся (аяся) на 2 курсе по специальности 42.02.01 Реклама успешно прошел(ла) учебную практику по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта в объеме 108 часов с 01 июня 202_ г. по 21 июня 202_г. в организации_____

_____
наименование организации, юридический адрес

Наименование профессиональных компетенций осваиваемых в период учебной практики

Наименование профессиональных компетенций	Уровень освоения профессиональных компетенций (от 1 до 5 баллов)
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	
Итоговая оценка компетенций	

Дата «__»_____202_г.

Руководитель от АНПОО
«Колледж бизнеса и дизайна» _____/_____/
должность ФИО