

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дымова Светлана Сергеевна
Должность: Директор
Дата подписания: 18.02.2026 23:05:44
Уникальный программный ключ:
76dbca65a427c5a8906028245af279c57b2518e5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

УТВЕРЖДЕНО
Педагогическим советом
АНПОО
«Колледж бизнеса и дизайна»
С.С. Дымова
актуализированная версия
«17» февраля 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПП.03.01 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в
среде Интернет средствами цифровых коммуникационных
технологий**

Наименование специальности: **42.02.01 Реклама**

Присваиваемая квалификация: **специалист по рекламе**

Форма обучения: **очная**

Москва, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03. ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	6
3.1. Материально-техническое и методическое обеспечение практики	6
3.2. Требования к документации, необходимой для проведения практики.....	6
3.3. Обязанности обучающегося во время прохождения практики.....	7
3.4. Учебно-методическое обеспечение	8
3.5. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:	9
3.6. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой	9
3.7. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	11
4.1. Система оценивания успеваемости и достижений обучающихся: традиционная	11
4.2. Критерии выставления оценки за производственную практику	12
ПРИЛОЖЕНИЯ	13

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.

Вид практики: производственная.

Форма проведения практики: концентрированная.

Производственная практика направлена на формирование у студентов практических профессиональных умений, приобретение практического опыта, реализуется в рамках модуля образовательной программы СПО и дает возможность дальнейшего развития общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

Задачи практики:

- анализировать рекламную деятельность конкурентов в интернете, отстраиваться от них;
- научиться определять анализировать целевую аудиторию для продвижения в социальных сетях;
- создавать тематическое планирование (контент-план) для социальных сетей;
- наполнять контент-план разработанными рекламными, рекламно-информационными продуктами;
- научиться разработать стратегию позиционирования бренда в Интернете;
- проанализировать результаты рекламных кампаний с использованием аналитических инструментов.

Производственная 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».

Производственная практика по ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» 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): Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

В результате прохождения практики по профессиональному модулю ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» обучающийся должен:

Владеть навыками:

- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды и рынка;
- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;
- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; структуры и базовых принципов рекламного сообщения.

Уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории потребителей;
- производить качественные аналитические исследования рынка;
- организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;
- определять ключевые цели рекламной кампании;
- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;
- использовать поисковые системы интернета;
- выстраивать отношения с подрядчиками услуг по Digital маркетингу;
- настраивать различные системы Digital рекламы и веб-аналитики.

Знать:

- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
- методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;
- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
- методики рекламного планирования;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;
- типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
- типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов Digital маркетинга.

Количество часов, отводимое на освоение производственной практики

Наименование профессионального модуля	Вид и индекс практики	Количество		Форма проведения
		недель	часов	
ПМ. 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПП 03.01 Производственная практика	3	108	Концентрированная
Вид аттестации: зачет с оценкой – 3 семестр				

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Тематический план производственной практики

Код ПК	Содержание ПК	Виды работ производственной практики	Содержание учебных занятий	Количество часов
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Выявления основных и второстепенных конкурентов. Проведения качественных аналитических технологий.	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
			Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов	6
			Визуальное оформление контента для личного бренда. Разработать концепцию и план проведения рекламной кампании.	14
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Изучение области и стратегии применения цифрового маркетинга	Позиционирование бренда. Алгоритмы поисковых систем и социальных сетей. Методы и инструменты аналитики веб-трафика.	8
			Разработка брендинговой стратегии для цифрового рынка.	6
			Изучение методов оптимизации контента для поисковых систем (SEO)	4
			Стратегии контент-маркетинга. Разработка стратегии в социальных сетях (SMM).	8
			Изучение приемов Email-маркетинга.	8
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Анализ и разработка рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет	Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.	8
			Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения.	6
			Профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете	8
			Мониторинг и анализ эффективности рекламных кампаний. Использование инструментов аналитики для отслеживания ключевых метрик.	8
			Разработка и реализация многоканальной стратегии продвижения. Объединение различных каналов продвижения (SEO, социальные сети, email-маркетинг, контент-маркетинг) в единую стратегию для обеспечения согласованного и эффективного взаимодействия с целевой аудиторией	12
			Подведение итогов практики и систематизация документов по практике: составление отчета по практике, заключительная беседа с руководителем практики, проверка отчета и его защита	
ВСЕГО ЧАСОВ			108	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03. ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

3.1. Материально-техническое и методическое обеспечение практики

Кабинет проектирования рекламного продукта

Оборудование кабинета:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, шкаф металлический, стеллаж металлический, стеллаж, офортный станок, переплетчик на пластиковую пружину, степлер, резак для бумаги.

Технические средства обучения: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий. В соответствии с п.4.4. ФГОС СПО допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся оснащен оборудованием и техническими средствами обучения с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и выходом в локальную сеть с доступом в «Личный кабинет» обучающегося.

Кабинет для воспитательной работы обучающихся оснащен оборудованием и техническими средствами обучения с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и выходом в локальную сеть с доступом в «Личный кабинет» обучающегося.

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.

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 производственной практики, в образовательной организации предусматривается следующая отчетная документация:

- отчет по практике (приложение 1);
- отзыв-характеристика (Приложение 2).

По результатам практики обучающимся также 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 текста - «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.

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;
- 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 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 зачет с оценкой к руководителю практики от колледжа в установленный срок.

3.4. Учебно-методическое обеспечение

Перечень учебной литературы и других информационных источников

а) нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.

б) основная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — 2-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-019214-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2183866>
2. Блюм, М. А. Маркетинг рекламы : учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 144 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-692-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1853642>
3. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 294 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016384-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1127684>
4. Лебедева, О. А. Маркетинговые исследования рынка : учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. - 192 с. : ил. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0191-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967702>
5. Рекламная деятельность : учебник / В.Д. Секерин, М.А. Измайлова, Э.Ю. Матвеев [и др.] ; под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-020314-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169303>

в) дополнительная литература

1. Герасимов, Б. И. Виды и средства распространения рекламы : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2025. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172715>
2. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учебное пособие : [12+] / Н. Б. Руденко, Н. Н. Грачева, В. Н. Литвинов, Е. В. Назарова. – Москва ;

Берлин : Директ-Медиа, 2021. – Часть 1. – 188 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602200>

3. Мельник, А. С. Коммуникационный дизайн : учебное пособие / А. С. Мельник. – Минск : РИПО, 2024. – 128 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=717795>
4. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / под ред. Л. М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2025. — 176 с. - ISBN 978-5-9776-0583-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2192953>

3.5. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей;
2. <https://ro-edu.ru/> - Федеральный Медиапортал «Российское образование»

Информационные справочные системы:

1. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
2. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
3. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
4. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
5. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
6. <http://worldsellers.ru> — это одна из самых крупных интернет-площадок для продавцов, руководителей и предпринимателей
7. https://nafi.ru/projects/potrebitelskoe_povedenie/ - открытые исследовательские проекты в области поведения потребителей Аналитического центра НАФИ
8. <http://www.akarussia.ru> - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России
9. <http://www.marketing.rbc.ru> - Российская ассоциация маркетинга

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. <https://biblioclub.ru/> - ЭБС Библиоклуб.py
2. <https://znanium.ru/> - ЭБС Знаниум

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Операционная система Microsoft Windows 10;

Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;

7-zip - архиватор;

Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/oprogramye/>;

Интернет-браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессечно).

Антивирусная программа Dr.Web.

3.6. 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 производственной практикой осуществляется преподавателями дисциплин и междисциплинарных курсов профессионального цикла соответствующей специальности, включенных в программу практики. Организацию и руководство производственной 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.

3.7. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Практика студентов с 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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ 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).

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. Отзыв-характеристику с места прохождения практики, подписанную руководителем практики от организации и заверенную печатью или штампом организации.

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 контроля
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	– адекватность и полнота разработанных планов стратегии продвижения бренда в сети Интернет; – способность выбрать стратегические подходы	зачет с оценкой по производственной практике
ПК 3.2.	– определяет и классифицирует рекламу;	

Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	– определяет цели и задачи кампании; – выстраивает каналы рекламной коммуникации участников рекламной деятельности и определяет их функции; – исследует целевую аудиторию	
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	– настраивает и управляет рекламными кампаниями; – анализирует результаты рекламной кампании с помощью KPI; – использует инструменты для поиска и анализа ключевых слов; – создает и управляет таргетированными рекламными кампаниями в соц.сетях	

4.2. Критерии выставления оценки за производственную 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.

Автономная некоммерческая профессиональная организация
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»
Отделение дизайна и рекламы

Отчет по практике

Вид практики: _____

Тип практики**: _____

По модулю: _____

Выполнил студент (ка): _____

Специальность: _____

№ группы: _____

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

Руководитель практики от колледжа: _____

Руководитель практики от организации: _____

Подпись студента (ки): _____
(подпись)

Дата сдачи отчета: _____

Отчет принят: _____

«__» _____ 20__ г.

Оценка: _____
(подпись)

** Тип практики указывается при необходимости

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 производственная 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.

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент(ка) _____ курса специальности _____
 АНПОО «Колледж бизнеса дизайна и дизайна» _____
 (ФИО студента)

с «___» _____ 20__ г. «___» _____ 20__ г. прошел(ла)
 _____ практику

по модулю _____

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 практики от (организации)

 (подпись, расшифровка подписи)

МП