



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

УТВЕРЖДАЮ:

Директор

_____ **В.В.Новикова**

«__» _____ **2023 г.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной практики

ПМ.06 Реклама. Цифровой маркетинг

для специальности

42.02.01 Реклама

2023 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация "Международный Восточно-Европейский колледж"

Рабочая программа рассмотрена на ПЦК

Протокол № 5 « 26 » 06 2023 г.

Председатель ПЦК [подпись] / Мухомов Д.В.

Согласовано:

Организация-партнер: ООО РА "Тригон"

Руководитель [подпись] / Валашова Н.В.
« 28 » 06 2023 г.



СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	4
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	9
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

по ПМ.06 Реклама. Цифровой маркетинг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама для всех форм обучения.

Рабочая программа учебной практики может быть использована для разработки программ учебной практики в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

1.2. Цели и задачи учебной практики

Формирование у обучающихся практических умений, приобретение практического опыта в рамках ПМ.06 Реклама. Цифровой маркетинг по основному виду профессиональной деятельности Реклама. Цифровой маркетинг. (самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет), необходимым для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций, личностных результатов по избранной специальности.

1.3. Количество часов на освоение программы учебной практики:

всего – 72 час.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения учебной практики является овладение обучающимися видами профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями, личностными результатами:

1. Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат

	выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР 13 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности

ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности

ЛР 15 Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем

ЛР 16 Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности

ЛР 17 Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии

Код	Наименование вида деятельности и профессиональных компетенций
ВД 6	Реклама. Цифровой маркетинг. (самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет)
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей
ПК 6.1.	Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков
ПК 6.2.	Умение пользоваться системами контроля версий(git) Работа с базами данных и сетевыми коммуникациями
ПК 6.3.	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка
ПК 6.4.	Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта
ПК 6.5.	Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации
ПК 6.6.	Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий
ПК 6.7.	Создание графических дизайн – макетов продукта
ПК 6.8.	Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий
ПК 6.9.	Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.
ПК 6.10.	Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.
ПК 6.11.	Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.
ПК 6.12.	Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.
ПК 6.13.	Создавать сценарии и рекламные тексты.

В результате изучения МДК 06.01. Реклама. Цифровой маркетинг: СММ-продвижение.

иметь практический опыт:

ПО1 выполнения реальных заказов;

ПО2 разработки и проведения рекламной деятельности;

ПО3 самостоятельного планирования, реализации и анализа продвижения рекламной кампании в сети интернет

Знать:

31 основные понятия и принципы рекламной деятельности, маркетинга;

32 значение рекламы в маркетинговых коммуникациях;

33 виды рекламы и инструменты создания рекламы;

34 правила проведения исследования рынка и целевой аудитории;

- 35 методы оценки эффективности рекламной кампании;
- 36 психологические особенности воздействия рекламных средств на людей;
- 37 методы анализа конкурентов, способы сбора и обработки данных;
- 38 аналитику каналов продвижения;
- 39 признаки уязвимых мест в рекламных кампаниях, формирование новых гипотез.
- 310 юридические аспекты рекламной индустрии;
- 311 методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете;
- 312 способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники;
- 313 способы инструменты аналитики каналов продвижения в интернете.

Уметь:

- У1 выявлять потребности клиента через брифинг;
- У2 создавать тематическое планирование;
- У3 анализировать целевую аудиторию и рынок;
- У4 формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории;
- У5 создавать привлекательный рекламный образ (креатив) для целевой аудитории;
- У6 создавать рекламные тексты, владеть навыком копирайтинга;
- У7 строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов;
- У8 выбирать правильные каналы продвижения;
- У9 анализировать эффективность рекламной кампании;
- У10 создавать синопсис/ мудборд на основе референсов для рекламной кампании;
- У11 организовывать промоушн бренда (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.);
- У12 рационально использовать рекламный бюджет;
- У13 взаимодействовать с заказчиком на всех этапах рекламной кампании;
- У14 осуществлять поиск рекламных идей;
- У15 определять целевую аудиторию, сегментировать базы, работать с большими объемами данных;
- У16 разрабатывать интернет-стратегию позиционирования бренда в рекламной кампании;
- У17 разрабатывать авторские рекламные проекты для социальных сетей;
- У18 проводить аудит сайта;
- У19 составлять и оформлять тексты рекламных объявлений;
- У20 создавать лэндинг в конструкторах; конструировать продуктовые страницы для продвижения товаров/услуг;
- У21 интегрировать лэндинг и базу CRM для сбора контактов;
- У22 создавать рекламный дизайн в онлайн-конструкторах и дизайнерских программах;
- У23 настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВК (Органика/Таргет);
- У24 анализировать конкурентов и отстраиваться от них;
- У25 создавать коммуникационные стратегии в социальных сетях ВКонтакте \ Одноклассники, сообществах (блогеры, инфлюенсы, партнеры, СМИ и т.д.);
- У26 работать с репутацией бренда в социальных сетях ВКонтакте\Одноклассники;
- У27 создавать макеты для разных каналов продвижения в интернете;
- У28 продвигать с помощью SEO продуктовые страницы;
- У29 создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж);
- У30 считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассниках;
- У31 умеет собирать аналитику, формулировать гипотезы, запускать А/Б тесты;
- У32 осуществлять самоконтроль изготовления продукции в части соответствия ее рекламной цели.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем практики	Содержание заданий (виды работ в форме практической подготовки через выполнение обучающимися отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью)	Объем часов
ОК 1, ОК 8, ПК 2.1 ПК 4.1 ЛР 1-17	Тема 1. Вводное занятие	Ознакомление обучающихся с видом деятельности компании. Организация рабочего места обучающегося Охрана труда при работе за компьютером. Инструктажи по ТБ	4
ОК 1-ОК 9 ПК 2.1 ПК 4.1 ПК 6.1 ПК 6.3 ПК 6.6 ПК 6.8 ПК 6.9 ПК 6.11 ЛР 1-17	Тема 2. Составление брифа для заказчика	Информация о компании и продвигаемом товаре\услуге, на каком рынке работает (B2B, B2C, B2G, B2BC). Целевая аудитория. Конкурентные преимущества компании. Бюджет рекламной кампании. Условия оплаты контрагентам	16
ОК 1-ОК 9 ПК 1.5 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 4.1 ПК 6.1 ПК 6.2 ПК 6.3 ПК 6.4 ПК 6.5 ПК 6.6 ПК 6.7 ПК 6.9 ПК 6.10 ПК 6.11 ПК 6.12 ПК 6.13 ЛР 1-17	Тема 3. Анализ рекламной деятельности компании	Анализ рекламной деятельности компании: какие рекламные активности были проведены, какой был бюджет. Проанализировать УТП компании. Проверка офферов рекламных кампаний. Проверка печатных материалов, материалов, использованных в интернете. Сформулировать гипотезу по улучшению эффективности.	24
ОК 1-ОК 9 ПК 4.1 ПК 6.1 ПК 6.2 ПК 6.3	Тема 4. SWOT анализ	Разработка SWOT анализа: выявление конкурентов. Сильные и слабые стороны конкурентов.	8

ПК 6.4 ПК 6.9 ПК 6.10 ПК 6.11 ПК 6.12 ЛР 1-17			
ОК 1-ОК 9 ПК 4.1 ПК 6.1 ПК 6.2 ПК 6.3 ПК 6.4 ПК 6.9 ПК 6.10 ПК 6.11 ПК 6.12 ЛР 1-17	Тема 5. Разработка УТП компании	Разработать УТП компании на основе анализа компании и SWOT анализа	8
ОК 1-ОК 9 ПК 4.1 ПК 6.1 ПК 6.2 ПК 6.3 ПК 6.4 ПК 6.9 ПК 6.10 ПК 6.11 ПК 6.12 ЛР 1-17	Тема 6. Эффективность рекламной кампании	Посчитать эффективность рекламных кампаний работодателя.	8
	Дифференцированный зачет	Защита проектов	4
		Всего	72

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПМ.06

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Лаборатории:

- информатики и вычислительной техники;
- компьютерного дизайна;

Оборудование:

- персональные компьютеры с выходом в интернет и специализированным ПО для компьютерного дизайна и графики, фото и видеомонтажа;
- плоттер;
- 3D-принтер;
- МФУ цветной формата А3 и А4;
- резак;
- брошуратор;
- ламинатор;

- доступ к электронно-библиотечным системам
- *Электронно-библиотечная система «IPRsmart» <https://www.iprbookshop.ru/>
- *Электронно-библиотечная система «Академия-Медиа»
https://academia-moscow.ru/inet_order/profile/
- *Электронно-библиотечная система «ZNANIUM» <https://znanium.com/help/firstvisit>
- *Образовательная платформа ЮРАЙТ
Internet Site: www.urait.ru
- ЭБС Юрайт: www.biblio-online.ru
- Доступ к информационно-справочной системе «Консультант плюс»;
- учебные наглядные пособия в электронном виде;
- учебная доска;
- телевизор;
- шкаф с замком.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет – ресурсов, дополнительной литературы:

Нормативные материалы:

1. Конституция Российской Федерации (в действующей редакции).
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая от 30 ноября 1994г № 51-ФЗ (в действующей редакции); часть вторая от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в действующей редакции) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
3. Налоговый кодекс РФ, (в действующей редакции)
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/
4. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4), раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/
5. ФЗ "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/
6. ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (в действующей редакции)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/
7. ФЗ "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (в действующей редакции)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
8. Закон РФ "О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации" от 19.06.1992 N 3085-1 (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_608/
9. ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" от 08.08.2001 N 129-ФЗ (в действующей редакции)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/

10. ФЗ "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 N 127-ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/
11. ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», от 28 декабря 2009 г № 381 – ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
12. ФЗ "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" от 26.12.2008 N 294-ФЗ (в действующей редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/

Основные электронные издания

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>
2. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2022. — 240 с. — (ПРОФИль). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842548>
3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

Дополнительные источники

1. Балашов, А. И. Предпринимательское право : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, В. Г. Беяков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 333 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7814-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510122>
2. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в торговле : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 278 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14240-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519945>
3. Герасимов, Б. И. Виды и средства распространения рекламы : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843719>
4. Комсток, Б. Вообразить будущее: креативный подход к изменениям в бизнесе / Бет Комсток, Раз Тал ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 542 с. - ISBN

- 978-5-96142-768-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078517>
5. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-686-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1371939>
 6. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517793>
 7. Шоттон, Р. Фабрика выбора: как преодолеть 25 препятствий, которые мешают клиенту совершить покупку / Ричард Шоттон ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-6042881-1-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222490>

Периодические издания

1. Рг и реклама: традиции и инновации.- https://elibrary.ru/title_about.asp?id=52852
2. Рг и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект.- https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=37736
3. Перевод, реклама и рг в современной коммуникации.- https://elibrary.ru/title_about.asp?id=57203

Интернет – ресурсы:

1. Информационная справочная система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>
2. Бизнес-журнал [Электрон. ресурс] Режим доступа: <http://www.1000ideas.ru> . –
3. Свой бизнес [Электрон. ресурс] Режим доступа: <https://mybiz.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла в рамках профессионального модуля.

Учебная практика проводится в подразделениях колледжа либо в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе профиля, и колледжем.

В соответствии с разработанной и утвержденной программой учебной практики преподаватели дисциплин профессионального цикла проводят практические занятия в пределах 36-часовой рабочей недели.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели должны иметь высшее профессиональное образование по профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПМ.06

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется преподавателем в форме дифференцированного зачета при условии:

- положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и колледжа об уровне освоения профессиональных компетенций;
- наличие положительной характеристики внешней организации на студента по освоению умений, практического опыта, профессиональных и общих компетенций в период прохождения учебной практики.

В период прохождения учебной практики студент ведет дневник практики. По результатам учебной практики студент составляет отчет, который заверяется руководителем практики.

Результаты прохождения учебной практики выставляются в ведомости и учитываются при сдаче экзамена по модулю, при подведении итогов общей успеваемости студента за семестр и при прохождении итоговой аттестации.

5.1 Результаты освоения общих компетенций

Наименование общих компетенций	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ЛР1,2,4,6,7,14,15,17	- демонстрация интереса к будущей профессии в процессе освоения образовательной программы; - участие в соревнованиях; - участие в конкурсах; - участие в разработке проектов.	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ЛР 3,4,7,9-11,13-16	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач. - планирует деятельность - выполняет задачи с соблюдением сроков	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики

	- демонстрирует знания и умения в использовании типовых методов и способов - адекватно оценивает результаты работы	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ЛР 1-3,7,9-11	- умеет решать стандартные профессиональные задачи - сохраняет спокойствие и уверенность при столкновении с нестандартными задачами - осуществляет сбор информации для решения нестандартной задачи - принимает ответственность за ошибки, компенсируя дополнительной работой	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ЛР 3,4,7,8,10,14	- умеет осуществлять запрос в сети интернет - умеет отбирать информацию из большого массива данных - умеет находить и использовать полученную информацию для решения профессиональных задач	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ЛР 3,4,7,10,15	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности - умеет вступать в коммуникацию с заказчиками, подрядчиками, коллегами, партнерами - умеет слушать и выделять главное - умеет проверять свое понимание в общении со слушателями - умеет аргументировать и доказывать свою позицию - умеет находить решения, устраивающие разных участников коммуникации	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами,	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями,	Экспертное наблюдение за выполнением различных

руководством, потребителями ЛР 2-8,13,15	партнерами в ходе обучения и практики; - умение работать в группе; - умеет распределять задачи в коллективе и в команде.	видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ЛР 2-8,13	- соответствие выбранных методов целям и задачам коллективной творческой деятельности; - наличие лидерских качеств; - самоанализ и коррекция результатов собственной работы	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ЛР 1-3,14,16	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; - составление резюме; - посещение дополнительных занятий; - объективная самооценка профессионального и личностного развития; - составление плана саморазвития	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ЛР 1-4,7-9,14	- потребность в самообразовании - умеет отслеживать тренды в сфере рекламы, анализирует социальные сети, профессиональные публикации, знает лидеров мнений; - ориентируется в смене технологий - использует современные технологии для решения профессиональных задач	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики

5.2. Результаты освоения профессиональных компетенций

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- разработан макет для поста в формате (картинка, видео); - привлечено внимание целевой аудитории;	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики

	- получена обратная связь в форме комментария, сообщения.	Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Проверка задания на конвертацию макета в заданный формат.	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
	- наличие всех необходимых папок на рабочем столе и в облачных хранилищах; - выставлены задачи в CRM системе; - все папки размещены на рабочем столе, задачи выставлены.	
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	- наличие рекламного макета - проявлено умение использовать фото и видеоредакторы (базовые навыки); - проявлено умение работать с профессиональными программами.	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	– составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта – согласовывает планы деятельности с коллективом исполнителей – – знает аспекты планирования рекламы	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.1. Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков	знает: - виды современного технического и программного обеспечения, применяемого в деятельности дизайнера, преимущества и недостатки отдельных графических пакетов; - психолого-педагогические особенности пользователей умеет: - креативно подходить к каждому этапу работ от идеи на каждом этапе реализации; осуществление процесса игрового проектирования с применением специализированных компьютерных программ; – – обладать навыками и умениями в процессе создания формы и содержания игрового процесса (геймплея) разрабатываемой игры	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики

ПК 6.2. Умение пользоваться системами контроля версий(git) Работа с базами данных и сетевыми коммуникациями	знает: - принципы составления ТЗ; - принцип формирования веток и создания репозитория умеет: - разбивать и делегировать задачи для выполнения работы в срок; - создавать репозитории	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.3. Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	Оценивает эффективность проведенной рекламной кампании: умеет проводить интервью/анкетирование с целью оценки эффективности рекламной кампании; умеет вести и анализировать статистику рынка (проведенной рекламной кампании, в частности) знает: - знает правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; - анализирует целевую аудиторию и рынок; - назначение, разновидности и функции интервью, анкетирования; - способы оценки эффективности рекламной кампании умеет: - оценивать эффективность проведенной рекламной кампании; - проводить интервью/анкетирование; - вести и анализировать статистику рынка (проведённой рекламной кампании, в частности) - формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; - представлена аналитическая справка о требованиях целевых групп - описаны использованные инструменты, средства исследования рынка - наличие обратной связи от целевой аудитории (звонки, сообщение, комментарии и т.п.)	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.4. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения	Организация и управление процессом создания рекламного продукта: - контролирует качество продукта,	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время

рекламного продукта	- проверяет соответствие выбранной идее/модели, - уточняет у заказчика соответствие продукта заявленным требованиям/запросам. Применение/ внедрение созданного продукта для организации рекламной кампании знает: - способы проверки качества продукта; - особенности организации и управления процессом создания рекламного продукта; - способы уточнения у заказчика соответствия продукта заявленным требованиям/запросам. умеет: - проверять соответствие выбранной идее/модели; - применять/внедрять созданный продукт для организации рекламной кампании - умеет оценивать воронку продаж, прогноз роста согласно эффективности маркетинговой стратегии (по формуле ROI). - проявлено умение строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов - характеризует средства продвижения рекламного продукта: достоинства, недостатки, стоимость; - подбирает средства в зависимости от целевой аудитории; - рассчитывает бюджет продвижения; - разрабатывает программу комплексных маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение рекламного продукта	учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.5. Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации	знает: - основные понятия коммуникационного дизайна; основы проектирования объектов коммуникационного дизайна. умеет: - создавать и редактировать цифровые изображения, выполнять типовые действия с объектами	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики

ПК 6.6 Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий	умеет осуществлять сбор, систематизацию и анализ данных, необходимых для разработки технического задания продукта, определение технических и программных средств для разработки макета с учетом их особенностей использования, формировать готовое техническое задание в соответствии с требованиями к структуре и содержанию, выполнять процедуру согласования (утверждения) с заказчиком. Поиск, анализ и интерпретация информации, необходимой для разработки, согласование и защита технического задания. разработка концепции проекта; Определять на основе расчетов основных технико-экономических показателей, экономическую эффективность проекта; Проводить презентацию разработанного технического задание согласно требованиям, к структуре и содержанию. Проведение анализа, обобщения проектирования технического задания для дизайн-продуктов на основе полученной от заказчика информации.	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.7 Создание графических дизайн – макетов продукта	Выполнение работ по разработке дизайн-макета на основе ТЗ, определение потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании, осуществление комплектации. Демонстрация 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 дизайн-проектирования; знания потребностей рынка	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики

ПК 6.8 Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий	Анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности. Разработка предложений по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и обслуживания заказчиков системы управления трудовыми ресурсами в организации; методы и формы самообучения и саморазвития на основе самопрезентации; способы управления конфликтами и борьбы со стрессом	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.9. Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.	- знает требования к рациональному использованию рекламного бюджета; - знает правовые и юридические аспекты сопровождения рекламного проекта	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.10. Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.	- презентация подготовлена в формате PowerPoint или в других конструкторах для презентации; - содержание презентации соответствует структуре представления проекта - содержание презентации точно отражает исходные результаты аналитики, заказ рекламодателя, исходную рекламную идею; - презентация доступна для понимания слушателя-заказчика. - анализ представленного технического задания на основе брифа заказчика; - описание смарт-цели заказчика, точность задачи; - анализ наличия обратной связи от целевой аудитории; - получена обратная связь/ответ от целевой аудитории (звонок, сообщение, комментарий и т.п.).	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики

ПК 6.11. Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.	- представлен анализ технического задания на основе брифа заказчика; - правильно описана смарт-цель заказчика, точно описана задача, замысел заказчика. - анализ наличия обратной связи от ЦА; - получена обратная связь/ответ от ЦА (звонок, сообщение, комментарий и т.п.). - анализ компании; - выявление сильных и слабых сторон; - выдвижение гипотез.	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.12. Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.	- эффективность показателей, CTR; - анализ наличия обратной связи от целевой аудитории; - получена обратная связь/ответ от ЦА (звонок, сообщение, комментарий и т.п.). - лендинг разработан с формой обратной связи от потенциального клиента; - присутствует форма обратной связи.	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики
ПК 6.13. Создавать сценарии и рекламные тексты.	- рекламный текст написан по формулам AIDA/5W.	Экспертное наблюдение за выполнением различных видов работ во время учебной практики Дифференцированный зачет по итогам практики