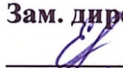



МИНИСТЕРСТВО ТУРИЗМА ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
«ТВЕРСКОЙ КОЛЛЕДЖ СЕРВИСА И ТУРИЗМА»  
(ГБПОУ «ТКСиТ»)

**РАССМОТРЕНО**  
на заседании методической комиссии  
ГБПОУ «ТКСиТ»  
Протокол № 1 31 августа 2023 г.



**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор ГБПОУ «ТКСиТ»  
Е.А. Кузнецова  
31 августа 2023 г.

**СОГЛАСОВАНО**  
Зам. директора по УМР ГБПОУ «ТКСиТ»  
 Е.П. Розова  
Зам. директора по УПР ГБПОУ «ТКСиТ»  
 Е.С. Рязанцева  
31 августа 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

по специальности  
42.02.01 Реклама

**ПМ. 03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

2023 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по профессии среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 «Реклама» (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 г. № 510), положения о практической подготовки обучающихся ГБПОУ «ТКСиТ».

Организация-разработчик: ГБПОУ «ТКСиТ»

Разработчики:

Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель специальных дисциплин

*©ГБПОУ «ТКСиТ»*

*© Горячева Светлана Вадимовна специальных дисциплин*

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ  
НА ЗАСЕДАНИИ ЦМК «РЕКЛАМА И ДИЗАЙН»  
(ПРОТОКОЛ №1 ОТ 31 АВГУСТА 2023 Г.)  
ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИССИИ ГОРЯЧЕВА С.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	4
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	5
<b>3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	6
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	8
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	9
<b>6. КРИТЕРИИ ОЦЕНОК</b>	11

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1 Область применения программы

Программа производственной практики является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама** (базовый уровень) в части освоения основных видов профессиональной деятельности по модулю **ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.**

Рабочая программа производственной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

**1.2 Цели и задачи производственной практики:** закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения профессиональных умений, обучающихся по изучаемой специальности, развитие общих и профессиональных компетенций, освоение современных производственных процессов, адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

### Требования к результатам освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики в рамках каждого профессионального модуля обучающиеся должны **иметь практический опыт:**

<b>ВПД</b>	<b>Требования к практическому опыту</b>
<b>маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- выявления требований целевых групп потребителей;</li><li>- разработки средств продвижения рекламного продукта;</li><li>- разработки маркетинговой части бизнес-плана.</li></ul>

**1.3. Количество часов на освоение программы производственной практики:**

В рамках освоения **ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** – 108 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является освоение обучающимися видом профессиональной деятельности: **маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**, необходимых для последующего освоения ими избранной специальности.

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код профессиональных компетенций	Виды работ	Количество часов производственной практики
<b>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>		108
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	<b>1. Ознакомление с базой практики.</b> Вводный инструктаж по охране труда при прохождении производственной практики.	6
	<b>2. Выявить требования целевых потребителей.</b> Анализ ассортиментной политики организации.	6
	<b>3. Выявить требования целевых потребителей.</b> Отработка навыков в анализе перечня товаров и услуг.	6
	<b>4. Выявить требования целевых потребителей.</b> Отработка навыков в анализе прейскуранта (прайслиста) товаров и услуг. Анализ ассортиментной политики организации.	6
	<b>5. Сегментирование потребительских групп.</b> Отработка навыков в анализе информации маркетинговых исследований.	6
	<b>6. Сегментирование потребительских групп.</b> Участие в определении предпочтений целевых групп.	6
	<b>7. Сегментирование потребительских групп.</b> Участие в оценке поведения различных групп покупателей (потребителей).	6
	<b>8. Составление анализа исследуемых предпочтений.</b> Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6
	<b>9. Составление анализа исследуемых предпочтений.</b> Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6
	<b>10. Составление анализа исследуемых предпочтений.</b> Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	6

	<p><b>11. Разработка средства продвижения рекламного продукта</b> Составление анализа исследуемых предпочтений. Ключевые элементы рекламной кампании. Оформление договорной документации. Отработка навыков в анализе и разработке рекламных идей, инсайта/УТП/оффера, нейма и слогана, Создание мудборда. Разработка средств стимулирования. Разработка маркетинговой части.</p>	6
	<p><b>12. Составление анализа исследуемых предпочтений.</b> Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.</p>	6
	<p><b>13. Составление анализа исследуемых предпочтений.</b> Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.</p>	6
	<p><b>14. Составление анализа исследуемых предпочтений.</b> Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.</p>	6
	<p><b>15. Составление анализа исследуемых предпочтений.</b> Разработка средств продвижения рекламного продукта. Отработка навыков в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.</p>	6
	<p><b>16. Оформление договорной документации.</b> Отработка навыков по составлению договорной документации</p>	6
	<p><b>17. Оформление договорной документации.</b> Отработка навыков по составлению договорной документации</p>	6
	<p><b>Дифференцированный зачет</b></p>	6
<b>Экзамен</b>		6

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

### **4.1. Требования к условиям проведения производственной практики.**

Реализация рабочей программы производственной практики предполагает проведение производственной практики на предприятиях/организациях на основе прямых договоров, заключаемых между образовательным учреждением и каждым предприятием/организацией, куда направляются обучающиеся.

### **4.2 Информационное обеспечение обучения:**

#### **Основные источники:**

*Учебники и учебные пособия*

1. Винарский, Я.С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие/ Я.С. Винарский, Р. Д. Гутгарц. - Москва: ИНФРА-М, 2023. – 269 с.

2. Матвеев, Р. Ф., Правовое обеспечение профессиональной деятельности. : учебное пособие / Р. Ф. Матвеев. — Москва : КноРус, 2022. — 157 с.

3. Твердохлебова, М.Д., Интернет-маркетинг: учебник / М.Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2023. — 190 с.

#### **Дополнительные источники:**

1. 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.

Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров/ М.В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2021. – 346 с.

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса.**

Производственная практика проводится концентрированно после окончания профессионального модуля. Условием допуска обучающихся к производственной практике является освоенная учебная практика..

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

Руководство производственной практикой осуществляют преподаватели, а также работники организаций, закрепленные за обучающимися.

Преподаватели, осуществляющие непосредственное руководство производственной практикой обучающихся, должны иметь образование по



профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

## **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется преподавателем и руководителем практики.

Результаты освоения производственной практики фиксируются в дневнике по практике и в журнале.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса, и требованиям составлению опросных анкет;</li> <li>- результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей;</li> <li>- полнота и аргументированность составления анализа предпочтений потребителей;</li> <li>- обоснованность сегментирования потребительских групп;</li> </ul>	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения производственной практики, выполнения работ, экзамена по междисциплинарному курсу.
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>- результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей;</li> <li>- соответствие разработки маркетинговой части бизнес-плана требованиям к маркетинговому планированию;</li> <li>- обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>- адекватность разработки средств стимулирования сбыта целям и задачам продвижения рекламного продукта;</li> <li>- соблюдение законодательства в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта;</li> </ul>	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения производственной практики, выполнения работ, экзамена по междисциплинарному курсу.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация умения объяснить социальную значимость получаемой специальности;</li> <li>- демонстрация интереса к будущей профессии;</li> <li>- стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений (участие в предметных конкурсах, олимпиадах и др.).</li> </ul>	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 02 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способность организовать собственную деятельность в соответствии с поставленной целью;</li> <li>- определение и самостоятельный выбор способов (технологий) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами.</li> </ul>	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 03 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация способностей определения и самостоятельного выбора способов разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями;</li> <li>- способность провести анализ ситуации по заданным критериям, определять риски;</li> <li>- адекватность оценки последствия принятых решений.</li> </ul>	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 04 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 05 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной

		практики.
ОК 06 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 07 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- проявление ответственности к результатам выполнения профессиональных обязанностей членами команды; - проведение самоанализа и корректировки результатов собственной работы.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 08 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.
ОК 09 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе производственной практики.

## 6. КРИТЕРИИ ОЦЕНОК

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего и итогового контроля производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
85 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 84	4	хорошо
50 ÷ 69	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно