

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»
(ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)
Институт непрерывного профессионального образования



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ

ПМ.04 **Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**

Специальность СПО **42.02.01 Реклама**

Цикл **профессиональный**

Форма обучения **очная**

Вид учебной работы	Объем, час.	Виды промежуточной аттестации	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Учебная практика, час	36	ДЗ						36		
Производственная практика (по профилю специальности), час	36	ДЗ						36		

Рабочая программа практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации 21 июля 2023г. № 552.

Организация разработчик: ГИЭИ (филиал) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»

Разработчик: Горбушин Денис Шарибзянович, преподаватель СПО

Утверждено: кафедрой «Экономика и менеджмент»
Протокол № 6 от 10 сентября 2025 г.

Заведующий кафедрой _____ И.В. Пронина

Председатель учебно-методической комиссии Глазовского инженерно-экономического института (филиала) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т.Калашникова»

_____ А.Г. Горбушин
11 сентября 2025 г.

Согласовано с экспертами (работодателями):

**ООО «Мебельная компания
«Мама»**

Генеральный директор

_____ /

Н.А. Богданова



**ИП Макарова
Рекламное агентство
«Максимум»**



_____ / Т.С. Макарова

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ ПО МОДУЛЮ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной и производственной (по профилю специальности) практики **ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях** – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама** в части освоения квалификации **специалист по рекламе** и вида профессиональной деятельности (ВПД): **Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.**

1.2. Место практики в структуре ППССЗ

Данные практики базируются на изучении следующих МДК модуля ПМ.04 **Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий:**

- МДК04.01 Дизайн-проектирование рекламного продукта (68 час.);
- МДК04.02 Техническое исполнение рекламного продукта (68 час.).

Изучение перечисленных МДК готовит студентов к освоению профессиональных компетенций, соответствующих основным видам профессиональной деятельности, а также помогает освоить общие компетенции.

1.3. Цели и задачи практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями, обучающейся в ходе освоения практики, должен:

иметь практический опыт:

в создании ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

уметь:

- применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки
- настраивать контекстную и таргетированную рекламу

знать:

приемы и методы проектирования рекламного продукта
офисные компьютерные программы, приложения и интернет-сервисы маркетингового назначения

1.4. Виды проведения практик

Учебная практика;

Производственная (по профилю специальности) практика.

Практика реализуется в форме практической подготовки.

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы практики:

всего – 72 часов, в том числе:

на учебную практику – 36 часов

на производственную (по профилю специальности) практику – 36 часов.

1.6. Базы проведения практики

База практики должна соответствовать виду профессиональной деятельности, возможности формирования компетенций, предусмотренных программой, иметь квалифицированный персонал, на который возлагается непосредственное руководство практикой.

Практика может быть организована:

- непосредственно в Институте, в том числе в структурном подразделении Института , предназначенном для проведения практической подготовки;
- в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора о практической подготовке, заключаемого между ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова» и профильной организацией.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Процесс прохождения практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ОПОП СПО по данной специальности:

Код	Наименование компетенций
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

Результатом освоения рабочей программы практики является сформированность у обучающихся первоначальных практических профессиональных умений в рамках модуля ППССЗ СПО по виду профессиональной деятельности (ВПД), необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план практики по профессиональному модулю

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов практики	Практика	
			Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
1	2	3	4	5
ПК 4.1-4.3, ОК 01	Раздел 1 Дизайн-проектирование рекламного продукта	36	18	18
	Раздел 2. Техническое исполнение рекламного продукта	36	18	18
	Всего:	72	36	36

3.2 Содержание учебной практики

Наименование разделов и междисциплинарных курсов профессионального модуля	Код профессиональных и общих компетенций	Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Количество часов
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях				72
Раздел 1. Дизайн-проектирование рекламного продукта МДК 04.01 Дизайн-проектирование рекламного продукта	ПК 4.1-4.3, ОК 01	1. Эскизирование, разработка основных элементов шрифтового плаката. 2. Работа над проектом-концепцией	1.1. Ознакомление с тематикой, целями и задачами дизайн-проектирования; 1.2. Изучение требований заказчика; 1.3. Сбор исходных данных и характеристик. 1.4. Выбор необходимых методик. 1.5. Выполнение проектирования,	36

		корпоративного фирменного стиля. 3. Визуализация фирменного блока. 4. Создание эскиза наружной вывески или витрины 5. Разработка дизайн-проекта полиграфической продукции 6. Разработка дизайн-проекта упаковочной коробки 7. Создание обтяжки на транспорте. 8. Разработка нестандартной рекламной установки. 9. Разработка дизайн – проекта экспозиции.	оформление отчета.	
Раздел 2. Техническое исполнение рекламного продукта МДК 04.02 Техническое исполнение рекламного продукта	ПК 4.1-4.3, ОК 01	10. Создание на ПК электронной презентации. 11. Создание раскадровки ролика на предложенную тему. 12. Управление коммуникациями в Интернет	2.1 Определение цели и задач проекта 2.2. Выполнение рекламного продукта 2.3. Представление и защита отчета	36

3.4 Содержание производственной (по профилю специальности) практики

Наименование разделов и междисциплинарных курсов профессионального модуля	Код профессиональных и общих компетенций	Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Количество часов
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях				72
Раздел 1. Дизайн-проектирование рекламного продукта МДК 04.01 Дизайн-проектирование рекламного продукта	ПК 4.1-4.3, ОК 01	1. Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании 2. Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов. 3. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов. 4. Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь).;	1.1. Знакомство с предприятием. Ознакомление с тематикой, целями и задачами дизайн-проектирования; 1.2. Изучение требований заказчика; 1.3. Сбор исходных данных и характеристик. 1.4. Выбор необходимых методик. 1.5. Выполнение проектирования, оформление отчета.	36
Раздел 2. Техническое исполнение рекламного продукта	ПК 4.1-4.3, ОК 01	5. Разработка рекламных модулей для СМИ. 6. Создание пакета рекламной	2.1 Определение цели и задач проекта на конкретном предприятии 2.2. Выполнение рекламного продукта	36

МДК 04.02 Техническое исполнение рекламного продукта		продукции для заказчика; 7. Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика; 8. Выполнение работ по заданию руководителя практики.	2.3. Представление и защита отчета	
--	--	--	------------------------------------	--

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

4.1.1. Учебная практика

Реализация профессионального модуля требует наличия кабинета «Профессиональных дисциплин», обеспечивает проведение всех видов лекций, практических занятий, учебной практики, предусмотренных программой.

4.1.2. Производственная практика (по профилю специальности)

Реализация рабочей программы производственной (по профилю специальности) практики предполагает выполнение работ на компьютерах, оборудовании предприятий и технологическое оснащение рабочих мест, которое соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по виду деятельности, предусмотренному программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Городецкая, С. В. Основы композиции в графическом дизайне : учебное пособие для СПО / С. В. Городецкая, Ю. А. Аверкин, К. А. Аверкина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2025. — 188 с. — ISBN 978-5-4488-2367-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148678.html> (дата обращения: 06.03.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама / Курушин В.Д.. — Саратов : Профобразование, 2024. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145906.html> (дата обращения: 09.09.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Паллотта, В. И. Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1 : учебное пособие / В. И. Паллотта, Т. В. Сичкарь. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В.Жириновского, 2022. — 228 с. — ISBN 978-5-907445-91-8 (ч.1), 978-5-907445-90-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126942.html> (дата обращения: 26.12.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительные источники:

1. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное пособие / А. В. Катаев, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. — 146 с. — ISBN 978-5-9275-4644-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149683.html> (дата обращения: 02.04.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Смарт-образование в цифровом обществе [Электронный ресурс]: монография/ Е.В. Авдеева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2024.— 125 с.— Режим доступа: <https://ipr-smart.ru/142924>.— IPR SMART, по паролю

3. Ткаченко О.Н. Индустрия цифровых продуктов: от проектирования к безопасному потреблению : учебное пособие / Ткаченко О.Н., Шматко М.В., Анашкина Н.А.. — Омск : Омский государственный технический университет, 2021. — 203 с. — ISBN 978-5-8149-3313-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124821.html> (дата обращения: 26.08.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.3. Общие требования к организации практики

Учебная и производственная практика (по профилю специальности) практика проводится преподавателями профессионального цикла концентрированно.

По окончании практики студент обязан предоставить руководителю практики от университета следующую отчетную документацию, заверенную руководителем практики от предприятия (организации):

- отчет о прохождении практики;
- отзыв руководителя практики от предприятия (учреждения).

4.4. Кадровое обеспечение практики. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа работников организаций, направление деятельности которых соответствует одной из областей профессиональной деятельности к которой готовятся обучающиеся. Педагогические работники должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	уметь: - Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании знать: - основные виды творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	уметь: - разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании знать: - принципы разработки творческих рекламных решений

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	уметь: - проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет знать: - принципы разработки и размещения рекламного контента
---	---

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

Результаты (общие компетенции)	Основные показатели оценки результата
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	уметь: - выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам знать: - способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам