

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
 Глазовский инженерно-экономический институт (филиал)
 федерального государственного бюджетного образовательного
 учреждения высшего образования
 «Ижевский государственный технический университет имени М.Т.Калашникова»
 (ГИЭИ (филиал) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)**

Специальность СПО **42.02.01 Реклама**

Цикл **профессиональный**

Форма обучения **очная**

Вид учебной работы	Объем, час.	Виды промежуточ ной аттестации	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Производственная практика (преддипломная), час.	144	ДЗ						144		

Программа производственной практики (преддипломной) 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: Шиляева Ольга Николаевна, 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

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы производственной практики (преддипломной)	Стр. 4
2. Результаты освоения программы производственной практики (преддипломной)	5
3. Структура и содержание практики	6
4. Условия реализации программы практики	10
5. Контроль и оценка результатов освоения программы практики	10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (преддипломной) – 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 основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
- разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
- проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
- создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

1.2. Место практики в структуре ППССЗ

Производственная практика (преддипломная) является частью производственной практики, завершающей профессиональную подготовку студентов. Преддипломная практика проводится после освоения студентом теоретического курса, прохождения всех учебных и производственных (по профилю специальности) практик и сдачи студентами всех видов промежуточной аттестации, предусмотренных учебным планом.

1.3 Цели и задачи производственной практики (преддипломной)

Целями производственной практики (преддипломной) являются:

- углубление первоначального профессионального опыта;
- развитие общих и профессиональных компетенций.

Задачами производственной практики (преддипломной) являются:

- проверка готовности к самостоятельной трудовой деятельности;
- сбор и подготовка материалов, необходимых для выполнения дипломной работы.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы производственной практики (преддипломной):

всего – 144 часа.

Практика реализуется в форме практической подготовки.

1.5 База практики

База практики должна соответствовать видам 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 ГИЭИ (филиалом) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова» и профильной организацией

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

В ходе освоения программы производственной (преддипломной) практики студент должен сформировать ниже перечисленные компетенции:

Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта :

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

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

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий:

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий:

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.

Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях:

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;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1. Объем производственной практики (преддипломной) и виды работ

Вид работ, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку:	Количество часов (недель)
Ознакомление с предприятием	36
Освоение работ, выполняемых специалистом по рекламе	36
Самостоятельное выполнение работ	60
Систематизация материалов и составление отчета о практике	12
ИТОГО	144 (4 недели)

3.2. Тематический план и содержание производственной преддипломной практики

Наименование разделов, тем, выполнение обязанностей дублёров	Содержание учебного материала, состав выполнения работ		Объем часов	
1	2		3	
Раздел 1	Изучение работы отдельных подразделений предприятия		36	
Тема 1.1. Ознакомление с предприятием	Содержание учебного материала			
	1	Структура предприятия, его техническая оснащенность, ассортимент выпускаемой продукции и услуг, объем производства, основные контрагенты; Правила внутреннего распорядка, техника безопасности и противопожарной защиты на предприятии.		
	2			
	Виды работ:			
	1	Перспективы развития предприятия; Технологический процесс производства; Место каждого подразделения в производственном процессе; Взаимосвязь участков, отделов и цехов.		
2				
3				
Раздел 2	Выполнение обязанностей дублеров специалиста по рекламе		36	
Тема 2.1. Освоение работ, выполняемых специалистом по рекламе	Содержание учебного материала			
	1	Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте; Ознакомление с оборудованием;		
	2			
	Виды работ:			
		Организация труда специалиста по рекламе Освоение работ по: проведению исследований для создания и реализации рекламного продукта по запросу заказчика разработке и осуществлению стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий по запросу заказчика. продвижению торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий. созданию ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях выполнению работ по профессии Агент рекламный.		

Раздел 3	Выполнение работ по профессии специалист по рекламе		60
Тема 3.1. Самостоятельное выполнение работ	<i>Содержание учебного материала</i>		
		Участие в разработке рекламных мероприятий	
	<i>Виды работ:</i>		
		проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта по запросу заказчика разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий по запросу заказчика. продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий. создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях выполнение работ по профессии агент рекламный.	
Раздел 4	Оформление отчётных документов по практике		12
Тема 4. Систематизация материалов и составление отчета	<i>Содержание учебного материала</i>		
		Теоретическая часть отчета Практическая часть отчета	
	<i>Виды работ:</i>		
	1	Сбор материалов в соответствии с темой дипломной работы	
ВСЕГО			144 часа (4 недели)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы производственной практики (преддипломной) 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. Плотникова Ю.С. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Плотникова Ю.С.. — Омск : Омский государственный технический университет, 2021. — 128 с. — ISBN 978-5-8149-3323-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124834.html> (дата обращения: 20.08.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг : учебник для СПО / Мазилкина Е.И.. — Саратов : Профобразование, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-1922-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138133.html> (дата обращения: 20.08.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Смыкова, М. Р. Методический и прикладной потенциал маркетинговых исследований и анализа : монография / М. Р. Смыкова. — Алматы : Алматы Менеджмент Университет, 2023. — 200 с. — ISBN 978-601-269-380-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139065.html> (дата обращения: 08.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Дополнительные источники:

1. Васильева, Е. А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе : учебное пособие / Е. А. Васильева, Я. О. Гришанова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — ISBN 978-5-4486-0198-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71588.html> (дата обращения: 14.11.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Маренко В.А. Информационно-аналитические методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Маренко В.А., Лучко О.Н.. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2013. — 130 с. — ISBN 978-5-93252-287-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/18253.html> (дата обращения: 20.08.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Сухов В.Д. Маркетинг : учебник для СПО / Сухов В.Д., Киселев А.А., Сазонов А.И.. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119290.html> (дата обращения: 20.08.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3. Общие требования к организации практики

Производственная практика (преддипломная) проводится преподавателями профессионального цикла.

По окончании практики студент обязан предоставить руководителю практики от института 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 профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике

стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	Наблюдение за действиями на практике Оценка отчета по практике

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 (освоенные общие компетенции)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	Наблюдение за действиями на практике
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	Наблюдение за действиями на практике
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Отчет личностных достижений. Портфолио.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	Защита проектов командой. Наблюдение и оценка роли обучающихся в группе..
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	Грамотное оформление печатных документов. Создание отчета по практике, презентации. Участие в форумах, сообществах, конкурсах в области профессии. Подготовка и защита отчетов с использованием ИКТ. Наблюдение за навыками работы в глобальных и локальных информационных сетях.
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	Наблюдение за действиями на практике
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	Наблюдение за действиями на практике
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления	Наблюдение за действиями на практике

здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Грамотное оформление печатных документов. Создание отчета по практике, презентации. Участие в форумах, сообществах, конкурсах в области профессии. Подготовка и защита отчетов с использованием ИКТ. Наблюдение за навыками работы в глобальных и локальных информационных сетях.