

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»
(ВятГУ)

Колледж ВятГУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

Вахрушева Л.В.

31.08.2023 г.

рег. №3-42.02.01.51_2023_0019

Рабочая программа производственной практики

**ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического
и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний,
акций и мероприятий**

для специальности

42.02.01. Реклама

Форма обучения

очная

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	10

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения рабочей программы практики

Рабочая программа производственной практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама.

1.2. Цель и задачи практики

Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися вида профессиональной деятельности «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», формирование общих и профессиональных компетенций, приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

Производственная практика направлена на формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- характеризовать и оценивать современное состояние ивент-индустрии, приводить примеры реализованных рекламных и коммуникационных кампаний мирового, федерального и регионального уровня
- заполнять техническое задание по организации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании
- предлагать и разрабатывать идеи мероприятий и акций согласно ТЗ
- принимать участие в разработке и реализации креативного, организационного или информационного направления ивента
- определять набор действий, необходимый на каждом этапе подготовки и реализации рекламной или коммуникационной кампании
- принимать участие в разработке и/или проведении прикладных коммуникационных исследований; планировании и разработке целей, задач, аудитории, оценке ресурсов, формировании команды; в реализации коммуникационных действий с целевыми аудиториями; в оценке эффективности рекламной или коммуникационной кампании
- предъявлять результаты планирования и реализации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании

1.3. Формируемые компетенции

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.

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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Объем времени

<i>Вид практики</i>	<i>Объем часов по очной форме обучения</i>	<i>Курс/ семестр</i>	<i>Кол-во недель/часов</i>
Производственная практика	72	2 курс/ 3 семестр	2 недели/ 72 часов

2.2. Содержание работ по производственной практике

Виды работ	Кол-во времени на выполнение	Формирование умений, приобретение практического опыта	Формируемые компетенции	Вид профессиональной деятельности
Характеристика и оценка современного состояния ивент-индустрии и рекламной отрасли в части организационных процессов	8	<ul style="list-style-type: none"> - характеризовать и оценивать современное состояние ивент-индустрии - называет основных игроков ивент-индустрии федерального и регионального уровня, приводит примеры реализованных мероприятий и акций - характеризовать и оценивать современное состояние рекламной отрасли в части организационных процессов - приводит примеры реализованных рекламных и коммуникационных кампаний мирового, федерального и регионального уровня 	ОК 01, ОК 02, ОК 03	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Заполнение технического задания по организации мероприятия, акции. Разработка идей мероприятий и акций согласно ТЗ. Презентация заказчику или руководителю авторских идей по заданному объекту	10	<ul style="list-style-type: none"> - заполнять техническое задание по организации мероприятия, акции - предлагать и разрабатывать идеи мероприятий и акций согласно ТЗ - разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторских идей по заданному объекту в части специальных организации мероприятий 	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ПК 2.1, ПК 2.2	

Заполнение технического задания по организации рекламной или коммуникационной кампании.	10	<ul style="list-style-type: none"> - заполнять техническое задание по организации рекламной или коммуникационной кампании. - определять набор действий, необходимый на каждом этапе подготовки и реализации рекламной или коммуникационной кампании. 	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ПК 2.1	
Участие в планировании и организации мероприятия или акции	16	<ul style="list-style-type: none"> - принимать участие в разработке и реализации креативного направления ивента - принимать участие в планировании и разработке информационного направления ивента - принимать участие в планировании и разработке организационного направления ивента - предъявлять результаты планирования и реализации мероприятия, акции 	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ПК 2.1, ПК 2.2	
Участие в планировании и организации рекламной или коммуникационной кампании	20	<ul style="list-style-type: none"> - принимать участие в разработке и/или проведении прикладных коммуникационных исследований - принимать участие в планировании и разработке целей, задач, аудитории, оценке ресурсов, формировании команды - принимать участие в реализации коммуникационных действий с целевыми аудиториями - принимать участие в оценке эффективности рекламной или коммуникационной кампании - предъявлять результаты планирования и реализации мероприятия, акции 	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ПК 2.1, ПК 2.2	
Подготовка отчета по практике	8	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать содержание и объем работы, проделанной в период производственной практики - фиксировать в отчете по практике процесс и результаты выполненных задач 	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ПК 2.1, ПК 2.2	

2.3. Методические рекомендации для студента по прохождению практики

До начала практики обучающийся:

1. Знакомится с содержанием рабочей программы практики.
2. Проходит инструктаж обучающихся по ознакомлению с правилами внутреннего трудового распорядка, охране труда, техники безопасности, противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, действующие в университете;
3. Получает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые ими в период практики, у руководителя практики от ВятГУ.

В период прохождения практики:

Обучающийся руководствуется «Порядком организации и проведения практики обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего и среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО «ВятГУ». Своевременно выполняет виды работ, предусмотренные индивидуальным заданием по практике. Ежедневно заполняет сведения о работе, выполненной в период прохождения производственной практики, составляет отчет по практике.

После прохождения практики обучающийся:

1. Предоставляет документы в колледж:
 - отзыв руководителя практики;
 - отчет по практике в соответствии с индивидуальным заданием на практику.
2. Проходит промежуточную аттестацию по итогам практики на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций. Промежуточная аттестация по всем видам практик проводится в форме зачета.

Требования к написанию отчета обучающегося:

Отчет по практике составляется студентом в виде единого документа. К отчету прикладываются титульный лист, индивидуальное задание обучающегося, отзывы руководителей, заверенные руководителями практики от профильной организации и ВятГУ.

В отчете должны быть отражены все результаты выполнения заданий за период практики.

- введение (цели, задачи практики, место, сроки прохождения практики, и др.);
- сведения о работе, выполненной в период прохождения учебной практики;
- основная часть (результаты выполнения индивидуального задания);
- заключение (описание основных выводов и предложений обучающегося по результатам практики);
- список использованных источников;
- приложения.

Требования к тексту отчёта. Работа выполняется на стандартных листах белой бумаги формата А4, расположенных вертикально; поля: справа – 1 см, слева – 3 см, сверху – 2 см, снизу – 2 см. Текст набирается на компьютере в редакторе Microsoft Word, шрифт – Times New Roman, размер – 14, межстрочный интервал – полуторный, на одной стороне листа, выравнивание текста работы делается по ширине листа. Работа должна быть написана грамотно в научном стиле. Работа предоставляется руководителю в печатном и электронном виде.

Срок предоставления студентами отчетных документов по практике – последний учебный день практики.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к кадровому обеспечению производственной практики.

Для руководства практикой из числа руководителей по практической подготовке назначаются руководители практики от университета, которые:

- в соответствии с рабочей программой практики разрабатывают индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые ими в период практики;
- обеспечивают организацию образовательной деятельности при реализации практики;
- организуют участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- осуществляют контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствия условий реализации практики требованиям, установленным образовательной программой;
- оказывают методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий на практику и определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- несут ответственность совместно с ответственным работником профильной организации за реализацию практики, за жизнь и здоровье обучающихся, соблюдение ими правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда, техники безопасности, противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, действующие в организации, если практика проводится в профильной организации;
- проводят инструктаж обучающихся по ознакомлению с правилами внутреннего трудового распорядка, охраны труда, техники безопасности, противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, действующие в Университете, если практика проводится в структурных подразделениях университета;
- оценивают результаты прохождения практики обучающимися.

Если практика проводится в профильной организации, для руководства практикой профильной организацией назначается руководитель практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от профильной организации), который:

- обеспечивает организацию реализации практики со стороны профильной организации;
- организует проведение инструктажа обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществляет надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;
- обеспечивает безопасные условия реализации практики, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;
- обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщает руководителю практики от университета.

На весь период прохождения практики (и/или трудоустройства обучающихся в качестве практикантов на рабочих местах) на обучающихся распространяются правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда, техники безопасности, противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, действующие в организации. На обучающихся, принятых в организации постоянно или временно на вакантные должности, распространяются нормы Трудового кодекса Российской Федерации.

Продолжительность рабочего дня для обучающихся при прохождении практики в профильных организациях устанавливается совместно с профильной организацией в соответствии с её режимом работы и требованиями Трудового кодекса Российской Федерации.

Практика обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов организуется с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При определении мест практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья руководитель практики от университета должен учитывать рекомендации медико-социальной экспертизы, которые отражены в индивидуальной программе реабилитации инвалида, по условиям и видам труда, и согласовывать их с профильной организацией (предприятием).

3.2. Информационное обеспечение практики

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов.

Основная литература

1. Володина Л. В. Теория и практика коммуникационной кампании в коммерческой сфере: учебное пособие / Л. В. Володина. – СПб.: СПГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. – 97 с. – URL: <http://e.lanbook.com/book/279647>

2. Карпова С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для СПО: Учебник и практикум / Карпова С. В. - М.: Издательство Юрайт, 2023. - 431- (Профессиональное образование). URL: <http://www.biblio-online.ru/book/674F5E17-6314-402A-BC22-A01DB6AA138B>

Дополнительная литература

1. Абросимов Н. В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н. В. Абросимов. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 144с. – URL: <http://biblio-online.ru/index.php?page=book&id=139176>. – ISBN 978-5-504-00873-8

2. Бузин В. Н. Основы медиапланирования: курс лекций / В.Н. Бузин; [International Advertising Association]. – М.: Междунар.ин-т рекламы, 2002. – 203 с. – (Мир рекламы). – ISBN 5-94100-010-3

3. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. - 2-е изд. - М.: Дашков и К', 2012. – 159 с. – (Стратегия успешного бизнеса). – ISBN 978-5-394-01653-0

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал дистанционного обучения ВятГУ [Электронный ресурс] /Режим доступа: - <https://e.vyatsu.ru>

2. Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [Электронный ресурс] /-Режим доступа: <https://www.vyatsu.ru/nash-universitet/obrazovatel'naya-deyatel-nost/kolledzh/42-02-01-reklama.html>

3. Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [Электронный ресурс] /-Режим доступа: <http://student.vyatsu.ru>

Перечень электронно-библиотечных систем (ресурсов) и баз данных для самостоятельной работы

Используемые сторонние электронные библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)

2. ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)

3. ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)

4. ЭБС «ЮРАЙТ» (<http://biblio-online.ru>)

5. ЭБС «Академия» (<http://www.academia-moscow.ru/elibrary/>)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Результаты обучения	Формы и методы контроля для оценки результатов обучения
<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеризовать и оценивать современное состояние индустрии, приводить примеры реализованных рекламных и коммуникационных кампаний мирового, федерального и регионального уровня - заполнять техническое задание по организации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании - предлагать и разрабатывать идеи мероприятий и акций согласно ТЗ - принимать участие в разработке и реализации креативного, организационного или информационного направления ивента - определять набор действий, необходимый на каждом этапе подготовки и реализации рекламной или коммуникационной кампании - принимать участие в разработке и/или проведении прикладных коммуникационных исследований; планировании и разработке целей, задач, аудитории, оценке ресурсов, формировании команды; в реализации коммуникационных действий с целевыми аудиториями; в оценке эффективности рекламной или коммуникационной кампании - предъявлять результаты планирования и реализации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании <p>Общие и профессиональные компетенции</p> <p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.</p> <p>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.</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.</p> <p>ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p> <p>ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.</p>	<p>Зачет в соответствии с заданием на практику и на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами.</p>

