

Профессиональная образовательная автономная
некоммерческая организация
**МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ
РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА**

Одобрено
Педагогическим советом
академии
от «09» февраля 2026 г.
(протокол № 1)

Утверждаю
Директор академии

приказ от «09» февраля 2026 г. № 5



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Москва 2026

Рабочая программа учебной практики рассмотрена и одобрена предметно- цикловой комиссией дисциплин из области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела **ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы"**

Протокол №1 «09» февраля 2026 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «21» июля 2023 г. № 552

Организация-разработчик: **ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы"**

Рабочая программа учебной практики составлена в соответствии с:

- Федеральным законом Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказом Министерства науки и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. N 885/390 "О практической подготовке обучающихся" (с изменениями и дополнениями)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	стр. 4
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	16
Приложения	19

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Место учебной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Рабочая программа Учебной практики является частью образовательной программы среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа учебной практики входит в часть «Профессиональные модули» в составе профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

1.2 Цели и задачи учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта, реализуется в рамках модуля по основному виду деятельности (ВД) Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной профессии

Цель практики: Приобретение первоначального практического опыта проведения исследований для создания и реализации рекламного продукта

В результате освоения учебной практики студент должен овладеть следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование результата обучения
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
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

1.3 Процедура оценки результатов освоения профессиональных компетенций

Аттестация результатов учебной практики проводится в виде дифференцированного зачета на основании предоставленных отчетов.

Процедура оценки результатов освоения профессиональных компетенций осуществляется по результатам выполненного индивидуального задания и отражение в дневнике-отчете практики.

Руководитель практики определяет заданием студенту, контролирует его выполнение и

отражение в дневнике-отчете практики, проверяет дневник-отчет практики.

Руководитель практики осуществляет оценивание умений и первоначального практического опыта студента.

Оценивание производится в виде дифференцированного зачета с ответами на вопросы по содержанию программы практики, представленных в дневнике-отчете по учебной практике.

Структура отчетной документации по учебной практике:

- Титульный лист дневника (Приложение 1)
 - Индивидуальное задание (приложение 2)
 - Личная карточка инструктажа по безопасным методам работы и противопожарной безопасности (Приложение 3)
 - Содержание практики (Приложение 4)
 - Титульный лист отчета (Приложение 5)
 - Содержание (Приложение 6)
 - Аттестационный лист (Приложение 7)
- Приложения (В качестве приложения к Дневнику практики студенты оформляют графические, аудио-, фото-, видео - материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике) при наличии.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом прохождения учебной практики по профессиональному модулю является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВД):

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной практики должен: иметь практический опыт:

- принимать участие в разработке и проведении маркетинговых исследований;
- осуществлять подбор целевых аудиторий,
- принимать участие в сегментации рынка для конкретного заказчика или товара;
- применять методики маркетинговых исследований в практической деятельности;
- принимать участие в разработке и проведении социологических и медиаисследований;
- составлять опросники;
- принимать участие в проведении опросов разных видов;
- применять программное обеспечение и открытые интернет-ресурсы для обработки результатов социологического исследования;
- принимать участие в исследовании медиапредпочтений целевых аудиторий;
- сравнивать и оценивать рейтинги средств массовой коммуникации;
- применять методики социологических и медиаисследований в практической деятельности.

уметь:

- раскрывать основные стадии процесса аналитического обеспечения в разработке и реализации маркетинговых, социологических и медиаисследований;
- применять способы, методы, приемы планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере;
- определять целевую аудиторию и целевые группы;
- проводить анализ объема рынка и конкурентов;
- использовать полученные знания при проведении исследований в сфере медиаполитики, массовых коммуникаций;

- применять методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров;
- пользоваться программными средствами обработки и представления эмпирического материала научного исследования

знать:

- содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в планировании, осуществлении и регулировании информационно-коммуникативным пространством и управлении общественным мнением;
- основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления анализа медиaprостранства и критерии определения результативности исследований;
- основы методологии научного исследования, навыки определения релевантных целей и задач научного исследования;
- методы конкретного анализа деятельности медиасистем;
- методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров;
- программные средства обработки и представления эмпирического материала научного исследования;
- особенности подбора целевой аудитории и целевых групп;
- основы анализа объема рынка и конкурентов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Учебная практика

Учебная практика Виды работ:

- принимать участие в разработке и проведении маркетинговых исследований;
- осуществлять подбор целевых аудиторий,
- принимать участие в сегментации рынка для конкретного заказчика или товара;
- применять методики маркетинговых исследований в практической деятельности;

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Условия организации практики

Реализация программы предполагает проведение учебной практики в ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы".

4.2. Требования к документации, необходимой для проведения практики

- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования;
- рабочая программа учебной практики;
- расписание проведения практики.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации и имеет в наличии оборудование, расходные материалы, обеспечивающие выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, в том числе оборудования и инструментов, используемых при проведении чемпионатов профессионального мастерства и указанных в инфраструктурных листах конкурсной документации профессионального чемпионата по компетенции «Реклама» (или их аналогов).

Кроме этого, материально-техническая база включает:

- дидактические материалы, презентационные материалы (слайды), учебные видеозаписи, комплекты схем, плакатов, настенные стенды;
- технические средства обучения (аудио, видео, фотоаппаратура, иные демонстрационные средства);
- программные средства обучения - Windows 10;

- лицензионное программное обеспечение, в том числе информационные справочно-правовые системы специальный выпуск интернет-версии "ГАРАНТ-Образование", размещаемый в сети Интернет по адресу: <http://edu.garant.ru/garant/study/> (свободный доступ).

- учебники, словари, периодические издания.

Материально-техническая база места прохождения учебной практики соответствует действующим санитарным-гигиеническим и противопожарным нормам.

4.4. Информационное обеспечение проведения учебной практики

Литература по МДК.01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов

а) Основная литература

1. Курс по конкуренции / . — Новосибирск : Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 119 с. — ISBN 978-5-4374-0051-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/65186>

2. Шамис, В. А. Основы маркетинга : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-1655-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/134193>

б) Дополнительная литература

1. Шамис, В. А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/124751>

2. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95594>

в) Периодические издания

Rosdesign.com Портал. Про дизайн: <http://rosdesign.com>

Типомания. Слова, Шрифты, Типографика: <http://www.typo.mania.ru/>

Журнал «Новости рекламы» www.новости-рекламы.рф

Журнал "Время рекламы" www.время-рекламы.рф

Литература по МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

а) Основная литература

1. Асташина, О. В. Деловые коммуникации : учебное пособие / О. В. Асташина. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 103 с. — ISBN 978-5-4487-0817-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/117617>

2. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95594>

б) Дополнительная литература

1. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилинбир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95335>

в) Периодические издания

Rosdesign.com Портал. Про дизайн: <http://rosdesign.com>

Типомания. Слова, Шрифты, Типографика: <http://www.typo.mania.ru/>

Журнал «Новости рекламы» www.новости-рекламы.рф

Журнал "Время рекламы" www.время-рекламы.рф

Интернет-ресурсы

1. Электронно-библиотечная система: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Доступ обучающимся в электронную информационно-образовательную среду

4.5. Кадровое обеспечение учебной практики

Учебная практика проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями дисциплин профессионального цикла, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля, с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

4.6. Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

Обучающиеся в период прохождения практики обязаны:

- соблюдать действующие правила внутреннего трудового распорядка;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль осуществляется руководителем практики от образовательной организации. Контроль предполагает получение информации о подготовке обучающегося и его деятельности.

Формой отчетности обучающихся по учебной практике являются:

- Дневник-отчет прохождения учебной практики (Приложение 1),
- отчет по учебной практике.

Форма промежуточной аттестации по учебной практике - **дифференцированный зачет**.

Учебная практика	
Умения: - определять целевую аудиторию и целевые группы; - проводить анализ объема рынка и конкурентов; - пользоваться программными средствами обработки и представления эмпирического материала маркетингового исследования Практический опыт: - принимать участие в разработке и проведении маркетинговых исследований;	Зачет в соответствии с заданием на практику и на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами

5.2. Критерии оценивания

Оценка сформированности компетенций у обучающихся по учебной практике осуществляется на основании следующих критериев оценки:

**Шкала соотношения правильных ответов и оценок
(для оценивания тестов, решенных задач и заданий)**

Оценка	Процент правильных ответов
«2» неудовлетворительно	0% - 49%

«3» удовлетворительно	50% - 60%
«4» хорошо	61% - 75%
«5» отлично	75% - 100%

Оценивание дифференцированного зачета

Оценка сформированности компетенций у обучающихся по практике осуществляется на основании следующих критериев оценки:

5 (отлично) - обучающийся:

- выполнено 76-100% заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на учебную практику;
- структура отчета соответствует рекомендуемой, все положения отчета сформулированы правильно, использованы корректные обозначения используемых в расчете показателей. В результате анализа выполненных заданий сделаны правильные выводы;
- дает четкое обоснование принятых решений, умеет самостоятельно, последовательно, логично, аргументированно излагать, анализировать, обобщать изученный материал, не допуская ошибок.

4 (хорошо) - обучающийся:

- выполнено 61-75% заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на учебную практику; задания выполнены с отдельными погрешностями, что повлияло на качество анализа полученных результатов;
- структура отчета соответствует рекомендуемой;
- владеет основными умениями и навыками, но при ответе на вопросы по отчету по практике (или дневнику) допускает незначительные ошибки и неточности.

3 (удовлетворительно) - обучающийся:

- выполнено 50-60% заданий предусмотренных в индивидуальном задании на учебную практику;
- структура отчета не в полной мере соответствует рекомендуемой;
- при ответе на вопросы по отчету по практике испытывает затруднения, не способен ясно и четко изложить суть выполненных заданий и обосновать полученные результаты;

2 (неудовлетворительно) - обучающийся:

- выполнено менее 50% заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на учебную практику;
- не подготовлен отчет по учебной практике или структура отчета не соответствует рекомендуемой;
- в процессе защиты отчета обучающийся демонстрирует низкий уровень коммуникативности, неверно интерпретирует результаты выполненных заданий;
- в характеристике профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики отмечена несформированность знаний, умений и навыков, предусмотренных программой практики.

5.3. Обязанности руководителя практики

Контроль осуществляется руководителем практики от образовательной организации. Контроль предполагает получение информации о подготовке обучающегося и его деятельности. Руководитель практики от образовательной организации должен:

- организовать консультационно-методическую помощь обучающимся, касающуюся процесса практики;
- организовать и провести установочную и заключительную конференцию по практике;
- оказывать консультационную помощь;
- подвести итоги практики.

Профессиональная образовательная автономная
некоммерческая организация
**МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ
РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА**

**ДНЕВНИК-ОТЧЕТ
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

_____ (фамилия, имя, отчество обучающегося)

Обучающийся _____ курса группы _____

Форма обучения – очная

Специальность 42.02.01 Реклама

Период прохождения учебной практики:

Место прохождения практики _____

ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА ПО БЕЗОПАСНЫМ МЕТОДАМ РАБОТЫ И ПРОТИВОПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

1. Вводный инструктаж

1.1. Инструктаж провел инженер по охране труда и технике безопасности

(Ф.И.О.)

Подпись _____

Дата _____ 20__ г.

1.2. Инструктаж получил(а) и усвоил(а)

(Ф.И.О.)

Подпись _____

Дата _____ 20__ г.

2. Первичный инструктаж на месте прохождения практики

2.1. Инструктаж провел(а)

(должность, Ф.И.О.)

Подпись _____

Дата _____ 20__ г.

2.2. Инструктаж получил(а) и усвоил(а)

(Ф.И.О.)

Подпись _____

Дата _____ 20__ г.

Содержание

Введение	<i>стр</i>
Общая характеристика организации	<i>стр</i>
Индивидуальное задание	<i>стр</i>
Заключение	<i>стр</i>
Список использованной литературы	<i>стр</i>

**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

(Ф.И.О. обучающегося)

ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы" по специальности 42.02.01 Реклама
проходившему практику _____

(место прохождения практики)

в период _____

За время прохождения практики обучающийся в соответствии с индивидуальным заданием и программой практики овладел(а) необходимыми профессиональными компетенциями и навыками профессиональной деятельности:

Профессиональные компетенции	Выполненные работы по компетенции	Степень освоения
1	2	3

Дата _____ 20__ г.

Руководитель практики
от организации

(подпись)

(фамилия, имя, отчество)

М.П.

Руководитель практики
от образовательной
организации

(подпись)

(фамилия, имя, отчество)

М.П.