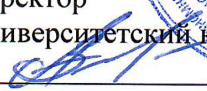




УНИВЕРСИТЕТСКИЙ
КОЛЛЕДЖ БРИКС

Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
«Университетский колледж БРИКС»



УТВЕРЖДАЮ
Директор
Университетский колледж БРИКС
 А.Ю. Замлель

20.02.2025

Приказ № 20-02-25/1 от 20.02.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Программа подготовки специалистов среднего звена

Уровень образования:

Среднее профессиональное образование

Специальность:

42.02.01 Реклама

Направленность:

Реклама

Присваиваемая квалификация:

специалист по рекламе

Форма обучения: **заочная**

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по образовательной программе: **среднее общее образование**

Срок получения среднего профессионального образования: **2 года 10 месяцев**

Москва, 2025

1. Общая характеристика рабочей программы практики

1.1. Место практики в структуре образовательной программы

Практика является завершающим этапом освоения профессионального модуля по виду профессиональной деятельности. Практика реализуется в рамках профессиональных модулей:

- ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Вид практики: учебная практика.

1.2. Цель практики

Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности среднего профессионального образования, формирование компетенций, установленных настоящей программой, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

1.3. Объем практики

Практика включает в себя следующие элементы учебного плана:

УП.01.01 Учебная практика

Всего практика включает в себя (объем практики): 144 ак.ч.

2. Результаты практики (планируемые результаты практики)

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики представляют результаты практики (планируемые результаты практики):

Код компетенции	Знания	Умения	Опыт (навыки)
ПК 1.1	Знает методы сегментации целевой аудитории. Знает критерии сегментации целевой аудитории для постановки задач. Знает методы определения целевой аудитории в местах продаж.	Умеет составлять портрет представителя целевой группы. Умеет формировать портрет целевой аудитории под задачи кампании. Умеет сегментировать посетителей торговой точки.	Имеет навык формирования описания целевой аудитории для продукта. Имеет навык выбора целевых групп под конкретные цели и задачи. Имеет навык выбора целевых групп для POS-акций.
ПК 1.2	Знает методы оценки объема рынка.	Умеет рассчитывать объем рынка по данным исследования.	Имеет навык комплексной оценки объема рынка.

ПК 1.3	Знает модели и методы анализа конкурентов. Знает методы сбора и анализа информации о конкурентах. Знает методы анализа рекламной деятельности конкурентов.	Умеет проводить сравнительный анализ продуктов конкурентов. Умеет составлять профиль конкурента на основе данных исследования. Умеет собирать и систематизировать данные о рекламных активностях конкурентов.	Имеет навык составления конкурентного листа по заданным параметрам. Имеет навык выявления сильных и слабых сторон конкурентов. Имеет навык подготовки аналитического отчета о конкурентах в рекламном бизнесе.
ПК 1.4	Знает методологии постановки целей и задач кампаний. Знает методики постановки целей и задач рекламных кампаний. Знает принципы постановки целей для рекламы в местах продаж.	Умеет определять цели и задачи для рекламных акций и мероприятий. Умеет формулировать цели и задачи рекламной кампании в соответствии с бизнес-задачами. Умеет формулировать цели и задачи для POS-мероприятий.	Имеет навык разработки и оформления дерева целей и задач кампании. Имеет навык документального оформления целей и задач рекламных кампаний. Имеет навык оформления целей и задач рекламной кампании в месте продаж.

3. Структура и содержание практики

3.1 Структура практики

Год	Семестр	Вид деятельности	Практика	Трудоемкость в академических часах
1	2	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Учебная практика	144

3.2 Содержание практики

Каждый элемент учебного плана, отводимый на практику включает следующие стадии:

Стадия 1. Вводный инструктаж по практике

В ходе проведения инструктажа по практике обучающемуся разъясняются цели и задачи практики, разъясняются права и обязанности студента, излагаются требования к отчетным документам по практике.

Стадия 2. Получение индивидуального задания по практике

Практика предполагает выполнение студентом индивидуального задания, выданного руководителем практики.

Стадия 3. Инструктаж по месту прохождения практики

Инструктаж на месте прохождения практики включает в себя ознакомление обучающегося с основными принципами работы организации, правилами внутреннего трудового распорядка организации, дисциплиной и т.д.

Стадия 4. Практическая стадия практики

Выполнение трудовых обязанностей на рабочем месте.

Стадия 5. Отчетная стадия практики

Оформление и представление обучающимся отчета о практике.

Обучающиеся в течение всей практики отражают в дневнике практики все выполняемые работы и их результаты и представляют дневник практики руководителям практики по окончании каждой из стадий практики.

4. Условия организации и проведения практики

4.1 Общие условия организации и проведения практики

Практика может проводиться с группами обучающихся различной численности и отдельными обучающимися.

Практика реализуется в несколько периодов.

Способ проведения практики: стационарная.

4.2 Кадровое обеспечение практики (требования к руководителям практик)

Практика проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями учебных дисциплин и междисциплинарных курсов профессионального цикла.

4.3 Требования к материально-техническому обеспечению практики

Для реализации практики требуется следующее материально-техническое обеспечение:

Кабинет «Социально-экономических дисциплин» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья)

Автоматизированное рабочее место преподавателя (компьютер, стол и стул)

Сетевой фильтр

Демонстрационные стенды

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Экран

Проектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Маркетинговых исследований» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя
Демонстрационный экран
Мультимедиапроектор
Учебно-наглядные пособия:
Наглядные плакаты

Кабинет «Дизайн и макетирования рекламной продукции» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)
Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)
Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная
Компьютер преподавателя
Демонстрационный экран
Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья)
Рабочее место преподавателя (стол и стул)
Сетевой фильтр
Сетевой фильтр

Технические средства обучения:

Доска маркерная
Компьютер преподавателя
Демонстрационный экран
Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Зал «Библиотека, читальный зал с выходом в интернет» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

4.4. Учебно-методическое обеспечение

Печатные издания в образовательном процессе не используются. Образовательная организация имеет электронную информационно-образовательную среду с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в настоящей рабочей программе и подлежит обновлению (при необходимости).

Литература по профилю «Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов»

Основная литература

1. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 308 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21580-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583616>
2. Основы маркетинга. Практический курс : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 188 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/600417>

Дополнительная литература

1. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2026. — 225 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21747-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582491>

2. Зерчанинова, Т. Е. Социология: методы прикладных исследований : учебник для среднего профессионального образования / Т. Е. Зерчанинова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 216 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17122-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585055>

Литература по профилю «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

Основная литература

1. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21300-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569589>
2. Пашкус, Н. А. Маркетинг. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус, М. В. Пашкус. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 244 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21425-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590082>

Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589915>
2. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Собольников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18789-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589690>

Литература по профилю «Маркетинговые исследования»

Основная литература

1. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21929-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582443>
2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19458-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562463>

Дополнительная литература

1. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21656-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583696>
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584912>

Литература по профилю «Организация рекламного бизнеса»

Основная литература

1. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589914>
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный //

Дополнительная литература

1. Морозов, С. Ю. Правовые основы обеспечения конкуренции, надлежащей рекламы и инвестиционного регулирования : учебник для среднего профессионального образования / С. Ю. Морозов, И. К. Кузьмина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 56 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-22275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/600995>
2. Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589915>

Литература по профилю «Реклама в местах продаж»

Основная литература

1. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587073>
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>

Дополнительная литература

1. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию : учебник для среднего профессионального образования / О. С. Карашук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 143 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15823-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589180>

2. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в торговле : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 278 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14240-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588663>

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (программное обеспечение):

Программное обеспечение для работы с текстовыми файлами;
Программное обеспечение для работы с таблицами;
Программное обеспечение для работы с презентациями;
Веб-браузер.

Электронные информационные ресурсы (ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

- Состав современных профессиональных баз данных

Федеральная служба государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/>);
Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>);
Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>);
База данных ЮНЕСКО (<https://www.unesco.org/en/key-data>).

- Состав информационных справочных систем

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>);
Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>);
Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>);
Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>);
Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>);
Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>);
Правительство России (<http://government.ru/>);
Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>);
Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>);
Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>);
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - периодические издания

ТАСС (<https://tass.ru/>);

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>);

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>);

RT (<https://rt.com/>).

- Информационные поисковые системы

Яндекс (<https://ya.ru/>);

MAIL.RU (<https://www.mail.ru/>).

4.5 Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

В начале практики руководитель практики проводит первичный инструктаж по охране труда и пожарной безопасности.

5. Контроль и оценка результатов практики

Освоение практики сопровождается текущим контролем успеваемости и промежуточной аттестацией обучающихся. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся с использованием оценочных материалов по практике.

5.1. Текущий контроль успеваемости

Форма текущего контроля успеваемости по практике: текущий контроль успеваемости по практике осуществляется посредством оформления дневника практики и приложения к дневнику (при необходимости).

Периодичность текущего контроля успеваемости по практике: текущий контроль успеваемости по практике проводится в каждом учебном периоде, в котором реализуется практика (согласно учебному плану).

Дневник практики ведется обучающимся в период прохождения практики обучающимся.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости по практике: текущий контроль успеваемости по практике осуществляется руководителем практики в процессе ее реализации.

5.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Формы и периодичность промежуточной аттестации обучающихся по практике

Учебный год	Семестр	Модуль	Практика	Форма промежуточной аттестации
1	2	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Учебная практика	Диф. зачет

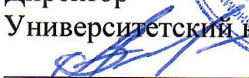
Порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике: промежуточная аттестация по практике осуществляется руководителем практики на основе отчета о практике, подготовленного обучающимся, и приложений к отчету (при необходимости).



УНИВЕРСИТЕТСКИЙ
КОЛЛЕДЖ БРИКС

Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
«Университетский колледж БРИКС»



УТВЕРЖДАЮ
Директор
Университетский колледж БРИКС
 А.Ю. Замлель

20.02.2025

Приказ № 20-02-25/1 от 20.02.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа подготовки специалистов среднего звена

Уровень образования:

Среднее профессиональное образование

Специальность:

42.02.01 Реклама

Направленность:

Реклама

Присваиваемая квалификация:

специалист по рекламе

Форма обучения: **заочная**

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по образовательной программе: **среднее общее образование**

Срок получения среднего профессионального образования: **2 года 10 месяцев**

Москва, 2025

1. Общая характеристика рабочей программы практики

1.1. Место практики в структуре образовательной программы

Практика является завершающим этапом освоения профессионального модуля по виду профессиональной деятельности. Практика реализуется в рамках профессиональных модулей:

- ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
- ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
- ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Вид практики: производственная практика.

1.2. Цель практики

Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности среднего профессионального образования, формирование компетенций, установленных настоящей программой, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

1.3. Объем практики

Практика включает в себя следующие элементы учебного плана:

ПП.02.01 Производственная практика

ПП.03.01 Производственная практика

ПП.04.01 Производственная практика

Всего практика включает в себя (объем практики): 288 ак.ч.

2. Результаты практики (планируемые результаты практики)

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики представляют результаты практики (планируемые результаты практики):

Код компетенции	Знания	Умения	Опыт (навыки)
-----------------	--------	--------	---------------

ПК 2.1	Знает этапы стратегического и тактического планирования кампаний. Знает структуру и компоненты стратегического и тактического планов. Знает методики стратегического планирования интернет-кампаний. Знает этапы стратегического планирования цифровых коммуникаций.	Умеет разрабатывать стратегический и тактический план рекламной кампании. Умеет разрабатывать стратегию и тактику рекламной кампании. Умеет разрабатывать медиаплан для интернет-продвижения. Умеет разрабатывать медиаплан для цифровой рекламной кампании.	Имеет навык формирования медиаплана в рамках тактического планирования. Имеет навык самостоятельного тактического и стратегического планирования кампаний. Имеет навык формирования комплексной стратегии интернет-маркетинга. Имеет навык бюджетирования цифровых рекламных кампаний.
ПК 2.2	Знает форматы и структуру документов для представления результатов планирования. Знает установленные форматы предъявления результатов планирования. Знает форматы представления стратегии интернет-маркетинга. Знает структуру и форматы представления стратегии цифровых коммуникаций.	Умеет оформлять результаты стратегического планирования в виде презентации. Умеет оформлять результаты планирования в виде презентаций и отчетов. Умеет оформлять медиаплан и бюджет интернет-кампании. Умеет визуализировать ключевые этапы и метрики коммуникационного плана.	Имеет навык публичной защиты и аргументации предложенного коммуникационного плана. Имеет навык защиты и аргументации результатов планирования перед заказчиком. Имеет навык презентации и защиты стратегии интернет-продвижения. Имеет навык подготовки презентаций по результатам планирования цифровых кампаний.
ПК 3.1	Знает ключевые элементы стратегии продвижения бренда в сети Интернет. Знает каналы и инструменты для разработки стратегии продвижения бренда.	Умеет анализировать исходные данные для разработки стратегии продвижения. Умеет определять цели и подбирать инструменты для интернет-стратегии бренда.	Имеет навык формирования комплексной стратегии продвижения бренда в сети Интернет. Имеет навык построения многоканальной стратегии онлайн-продвижения торговой марки.
ПК 3.2	Знает виды и инструменты рекламных кампаний в сети Интернет. Знает основы медиапланирования для интернет-рекламы.	Умеет планировать бюджет и медиапоказатели рекламной кампании. Умеет формулировать стратегию интернет-кампании.	Имеет навык настройки и запуска рекламных кампаний в сети Интернет. Имеет навык бюджетирования комплексных интернет-кампаний.

ПК 3.3	Знает ключевые инструменты интернет-маркетинга. Знает принципы работы инструментов SEO, PPC и SMM для продвижения бренда.	Умеет настраивать и запускать рекламные кампании. Умеет настраивать рекламные кампании бренда в SMM и поисковых системах.	Имеет навык оптимизации кампаний на основе аналитики. Имеет навык запуска и базовой оптимизации рекламных кампаний бренда.
ПК 4.1	Знает методы разработки креативных концепций для стратегии кампании. Знает основы разработки креативных рекламных решений.	Умеет генерировать творческие решения для реализации креативной стратегии. Умеет генерировать креативные идеи для рекламного контента.	Имеет навык формулирования «большой идеи» рекламной кампании. Имеет навык создания креативного брифа для разработки рекламного контента.
ПК 4.2	Знает специфику творческих решений для различных каналов коммуникации. Знает методы разработки творческих рекламных решений.	Умеет адаптировать творческое решение под форматы тактических носителей. Умеет генерировать творческие идеи для тактических рекламных решений.	Имеет навык разработки креативных материалов для тактических задач. Имеет навык разработки креативного брифа и рекламных концепций.
ПК 4.3	Знает каналы и инструменты для размещения рекламного контента в сети Интернет. Знает площадки и средства дистрибуции рекламных материалов в цифровой среде.	Умеет разрабатывать рекламный контент для разных интернет-площадок. Умеет разрабатывать рекламный контент для продвижения в сети Интернет.	Имеет навык работы с рекламными кабинетами для размещения контента. Имеет навык настройки и запуска рекламных кампаний в сети Интернет.

3. Структура и содержание практики

3.1 Структура практики

Год	Семестр	Вид деятельности	Практика	Трудоемкость в академических часах
2	4	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Производственная практика	144
3	6	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Производственная практика	72

3	6	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Производственная практика	72
---	---	--	---------------------------	----

3.2 Содержание практики

Каждый элемент учебного плана, отводимый на практику включает следующие стадии:

Стадия 1. Вводный инструктаж по практике

В ходе проведения инструктажа по практике обучающемуся разъясняются цели и задачи практики, разъясняются права и обязанности студента, излагаются требования к отчетным

документам по практике.

Стадия 2. Получение индивидуального задания по практике

Практика предполагает выполнение студентом индивидуального задания, выданного руководителем практики.

Стадия 3. Инструктаж по месту прохождения практики

Инструктаж на месте прохождения практики включает в себя ознакомление обучающегося с основными принципами работы организации, правилами внутреннего трудового распорядка организации, дисциплиной и т.д.

Стадия 4. Практическая стадия практики

Выполнение трудовых обязанностей на рабочем месте.

Стадия 5. Отчетная стадия практики

Оформление и представление обучающимся отчета о практике.

Обучающиеся в течение всей практики отражают в дневнике практики все выполняемые работы и их результаты и представляют дневник практики руководителям практики по окончании каждой из стадий практики.

4. Условия организации и проведения практики

4.1 Общие условия организации и проведения практики

Практика может проводиться с группами обучающихся различной численности и отдельными обучающимися.

Практика реализуется в несколько периодов.

Способ проведения практики: стационарная.

4.2 Кадровое обеспечение практики (требования к руководителям практик)

Практика проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями учебных дисциплин и междисциплинарных курсов профессионального цикла.

4.3 Требования к материально-техническому обеспечению практики

Для реализации практики требуется следующее материально-техническое обеспечение:

Актный зал (Помещение для организации воспитательной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютер)

Посадочные места (стулья и/или кресла)

Специализированное оборудование:

Трибуна

Микрофон

Звукоусиливающая аппаратура

Мультимедиапроектор

Демонстрационный экран

Лаборатория «Компьютерной графики» (Лаборатория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Графические планшеты

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Маркетинговых исследований» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Дизайн и макетирования рекламной продукции» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Брендинга и бренд менеджмента» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний» (Учебная аудитория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья)

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Сетевой фильтр

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Лаборатория «Цифровых коммуникационных технологий» (Лаборатория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Лаборатория «Видеостудия» (Лаборатория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Фотокамера (с возможностью видеосъемки)

Световое оборудование

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Лаборатория «Фотостудия» (Лаборатория)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Фотокамера (с возможностью видеосъемки)

Световое оборудование

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Зал «Библиотека, читальный зал с выходом в интернет» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

Мастерская «Видеоконтент» (Мастерская)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Фотокамера (с возможностью видеосъемки)

Световое оборудование

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Мастерская «Фотография» (Мастерская)

Оснащение:

Основное оборудование:

Рабочее место преподавателя (стол и стул)

Сетевой фильтр

Специализированное оборудование:

Компьютерные места для обучающихся (столы, стулья)

Компьютеры для обучающихся

Фотокамера (с возможностью видеосъемки)

Световое оборудование

Технические средства обучения:

Доска маркерная

Компьютер преподавателя

Демонстрационный экран

Мультимедиапроектор

Учебно-наглядные пособия:

Наглядные плакаты

Зал «Помещение для самостоятельной работы» (Помещение для организации самостоятельной работы)

Оснащение:

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (компьютеры)

Посадочные места для обучающихся (столы, стулья)

4.4. Учебно-методическое обеспечение

Печатные издания в образовательном процессе не используются. Образовательная организация имеет электронную информационно-образовательную среду с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в настоящей рабочей программе и подлежит обновлению (при необходимости).

Литература по профилю «Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

Основная литература

1. Пашкус, Н. А. Маркетинг. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус, М. В. Пашкус. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 244 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21425-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590082>
2. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Купцова ; под общей редакцией А. А. Степанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11053-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587563>

Дополнительная литература

1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588284>

2. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588013>

Литература по профилю «Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

Основная литература

1. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 225 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21747-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582491>
2. Фролов, Ю. В. Планирование и организация производства: стратегия и бизнес-процессы : учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 151 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20124-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590414>

Дополнительная литература

1. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587467>
2. Душкина, М. Р. Связи с общественностью : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557157>

Литература по профилю «Технология интернет-маркетинга»

Основная литература

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140>
2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589455>

Дополнительная литература

1. Трофимов, В. В. Введение в цифровые технологии : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21754-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582240>
2. Цифровая экономика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / ответственный редактор М. Н. Конягина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 240 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21492-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590019>

Литература по профилю «Цифровые маркетинговые коммуникации»

Основная литература

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589668>
2. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587706>

Дополнительная литература

1. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебник для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 221 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10856-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565167>
2. Цифровая экономика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / ответственный редактор М. Н. Конягина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 240 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21492-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590019>

Литература по профилю «Стратегии продвижения бренда в сети Интернет»

Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586776>
2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20186-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589901>

Дополнительная литература

1. Виноградова, С. М. Психология рекламы и массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 428 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19705-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590379>
2. Горелов, Н. А. Цифровая экономика. Цифровая трансформация общества : учебник для среднего профессионального образования / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 328 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20736-1. —

Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589977>

Литература по профилю «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях»

Основная литература

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140>
2. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебник для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 124 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18702-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589656>

Дополнительная литература

1. Карпова, С. В. Основы брендинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21784-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582067>
2. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09111-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584581>

Литература по профилю «Основы брендинга»

Основная литература

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 384 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21085-9. — Текст : электронный //

- Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588287>
2. Щербак, Н. В. Авторское право : учебник для среднего профессионального образования / Н. В. Щербак. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 199 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18231-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590292>

Дополнительная литература

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 313 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21945-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590669>
2. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587688>

Литература по профилю «Разработка творческих рекламных решений»

Основная литература

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589669>
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>

Дополнительная литература

1. Голубков, Е. П. Разработка и принятие управленческих решений : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. П. Голубков. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 403 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17971-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/599041>
2. Филинов-Чернышев, Н. Б. Разработка и принятие управленческих решений : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Б. Филинов-Чернышев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 264 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17954-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589493>

Литература по профилю «Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки»

Основная литература

1. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587705>
2. Колышкина, Т. Б. Рекламный текст : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557119>

Дополнительная литература

1. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566071>
2. Шокорова, Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 110 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590596>

Литература по профилю «Маркетинг в рекламе»

Основная литература

1. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 142 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21462-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587322>
2. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586638>

Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 487 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16790-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566952>
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584953>

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (программное обеспечение):

Программное обеспечение для работы с текстовыми файлами;
Программное обеспечение для работы с таблицами;
Программное обеспечение для работы с презентациями;
Веб-браузер;
Программное обеспечение для работы с изображениями;
Программное обеспечение для работы с видео.

Электронные информационные ресурсы (ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

- Состав современных профессиональных баз данных

Федеральная служба государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/>);

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>);
Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>);
База данных ЮНЕСКО (<https://www.unesco.org/en/key-data>).

- Состав информационных справочных систем

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>);

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>);

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>);

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>);

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>);

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>);

Правительство России (<http://government.ru/>);

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>);

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>);

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>);

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>).

- Иные информационные ресурсы - периодические издания

ТАСС (<https://tass.ru/>);

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>);

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>);

RT (<https://rt.com/>).

- Информационные поисковые системы

Яндекс (<https://ya.ru/>);

MAIL.RU (<https://www.mail.ru/>).

4.5 Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

В начале практики руководитель практики проводит первичный инструктаж по охране труда и пожарной безопасности.

5. Контроль и оценка результатов практики

Освоение практики сопровождается текущим контролем успеваемости и промежуточной аттестацией обучающихся. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся с использованием оценочных материалов по практике.

5.1. Текущий контроль успеваемости

Форма текущего контроля успеваемости по практике: текущий контроль успеваемости по практике осуществляется посредством оформления дневника практики и приложения к дневнику (при необходимости).

Периодичность текущего контроля успеваемости по практике: текущий контроль успеваемости по практике проводится в каждом учебном периоде, в котором реализуется практика (согласно учебному плану).

Дневник практики ведется обучающимся в период прохождения практики обучающимся.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости по практике: текущий контроль успеваемости по практике осуществляется руководителем практики в процессе ее реализации.

5.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Формы и периодичность промежуточной аттестации обучающихся по практике

Учебный год	Семестр	Модуль	Практика	Форма промежуточной аттестации
2	4	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Производственная практика	Диф. зачет
3	6	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Производственная практика	Диф. зачет
3	6	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Производственная практика	Диф. зачет

Порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике: промежуточная аттестация по практике осуществляется руководителем практики на основе отчета о практике, подготовленного обучающимся, и приложений к отчету (при необходимости).