

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»

Факультет среднего профессионального образования



«УТВЕРЖДАЮ»

Декан факультета СПО, к.т.н.

 С.Л. Поляков

«23» июня 2025 г.

## **ПРОГРАММА**

### **ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

#### **В СОСТАВЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

образовательной программы

**42.02.01 «Реклама»**

Программа производственной практики разработана в соответствии с  
ФГОС по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

*код*

Реклама

*наименование специальности*

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических  
дисциплин и рекламы

Протокол № 10 от 18.06.2025 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим  
советом факультета СПО

Протокол № 8 от 23.06.2025 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

СОГЛАСОВАНА

Зам. декана по УПР:  /Бирюков И.Б./

«23» июня 2025 г.

Разработчики:

Лачугина М.М., преподаватель высшей квалификационной категории, к.э.н.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

|                                                                                |   |
|--------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ .....                           | 4 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ .....                      | 6 |
| 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....                  | 8 |
| 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ<br>ПРАКТИКИ ..... | 9 |

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

## **1.1. Область применения программы**

Программа производственной практики является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) - программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама».

Прохождение практики базируется на знаниях и умениях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих учебных дисциплин и междисциплинарных курсов: МДК 02.02 Медиапланирование и медиабаинг; Рекламная деятельность.

Результаты, полученные при прохождении производственной практики, имеют как самостоятельное значение, так и используются при оценке освоения вида профессиональной деятельности, соответствующего профессиональному модулю ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

## **1.2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения программы**

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций.

Перечень общих и профессиональных компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

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

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

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

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

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

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.

и приобретение практического опыта по виду деятельности Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

### **1.3. Продолжительность производственной практики**

В соответствии с учебным планом специальности на проведение производственной практики отводится 72 / 2 часов/недель.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### 2.1. Объем производственной практики и виды учебной работы

| Вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку | Объем часов (академ.) |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Всего занятий                                                           | 72                    |
| Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта             |                       |

### 2.2. Тематический план и содержание производственной практики

| Наименование разделов и тем                                                                                     | Содержание материала                                                                                                                           | Объем часов (академ.) | Коды компетенций (ОК, ПК) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| 1                                                                                                               | 2                                                                                                                                              | 3                     | 4                         |
| <b>Вводное / организационное занятие</b>                                                                        | <b>Содержание учебного материала:</b>                                                                                                          | -                     | -                         |
|                                                                                                                 | 1 Цели и задачи практики. Ознакомление с программой практики. Организация работы со справочной литературой. Организация рабочего места         | 2                     | ОК 01-02                  |
| <b>Раздел 1</b>                                                                                                 | <b>Реализация стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний</b>                                            | -                     |                           |
| <b>Тема 1.1</b><br>Реализация стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний | <b>Содержание учебного материала:</b>                                                                                                          | -                     |                           |
|                                                                                                                 | 1 Характеристика и оценка современного состояния индустрии и рекламной отрасли в части организационных процессов                               | 2                     | ОК 01-02, ПК 2.1 – ПК 2.2 |
|                                                                                                                 | <b>Практические работы:</b>                                                                                                                    | -                     |                           |
|                                                                                                                 | 1 проведите SWOT-анализ организации-инициатора мероприятия или кампании                                                                        | 6                     | ОК 01-02, ПК 2.1 – ПК 2.2 |
|                                                                                                                 | 2 Характеризовать и оценивать современное состояние индустрии.                                                                                 | 6                     |                           |
|                                                                                                                 | 3 Под руководством, разработать опросник для выявления потребностей и проблем целевых аудиторий на этапе планирования мероприятия или кампании | 6                     |                           |
| <b>Раздел 2</b>                                                                                                 | <b>Результаты стратегического планирования</b>                                                                                                 | -                     |                           |
| <b>Тема 2.1</b><br>Презентация результатов стратегического и                                                    | <b>Содержание учебного материала:</b>                                                                                                          | -                     |                           |
|                                                                                                                 | 1 Цели. Структура. Рекомендации. Демонстрация эффективности выбранной стратегии и тактики, а                                                   | 2                     | ОК 01-02, ПК 2.1 – ПК 2.2 |

|                                                                                      |                                       |                                                                                         |           |                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------|
| тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий |                                       | также убеждение аудитории в правильности принятых решений.                              |           |                           |
|                                                                                      | <b>Практические работы:</b>           |                                                                                         |           |                           |
|                                                                                      | 1                                     | Заполнение технического задания по организации мероприятия, акции                       | 6         | ОК 01-02, ПК 2.1 – ПК 2.2 |
|                                                                                      | 2                                     | Разработка идей мероприятий и акций согласно ТЗ.                                        | 6         |                           |
|                                                                                      | 3                                     | Презентация заказчику или руководителю авторских идей по заданному объекту              | 8         |                           |
|                                                                                      | 4                                     | Заполнение технического задания по организации рекламной или коммуникационной кампании. | 8         |                           |
|                                                                                      | 5                                     | Участие в планировании и организации мероприятия или акции                              | 8         |                           |
|                                                                                      | 6                                     | Участие в планировании и организации рекламной или коммуникационной кампании            | 6         |                           |
| <b>Раздел 3</b>                                                                      | <b>Оформление отчета</b>              |                                                                                         | -         |                           |
| <b>Тема 3.1</b>                                                                      | <b>Содержание учебного материала:</b> |                                                                                         | -         |                           |
| Оформление отчета                                                                    | 1                                     | Оформление отчета с демонстрацией необходимых результатов работ                         | 6         | ОК 01-02, ПК 2.1 – ПК 2.2 |
| <b>Всего:</b>                                                                        |                                       |                                                                                         | <b>72</b> | -                         |

### **3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

#### **3.1. Вид, тип, форма проведения и база практики**

Вид практики – Производственная.

Практика проводится концентрированно.

Местом проведения производственной практики являются: организация, осуществляющая деятельность по профилю образовательной программы.

#### **3.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению практики**

| № п/п | Наименование объектов материально-технической базы практики с перечнем необходимого оборудования   |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Оборудование установлено протоколом Методического совета факультета: Протокол № 8 от 23.06.2025 г. |

#### **3.3. Информационное обеспечение практики**

Учебная литература

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947>

Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система «Гарант».

## **4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

### **4.1 Форма отчётности по практике**

Отчетная документация по практике обязательно должна содержать:

- индивидуальное задание на прохождение практики;
- отчет, включающий в себя титульный лист, содержательную часть, список использованных источников;
- аттестационный лист по практике обучающегося.

Формы индивидуального задания, титульного листа отчета по практике, аттестационного листа представлены в РДО ГУАП. СМК 3.161.

### **4.2 Контроль и оценка результатов прохождения практики**

Контроль и оценка результатов прохождения производственной практики осуществляется преподавателем при проверке отчетов по практике, а также сдаче дифференцированного зачета.

Процедура оценивания по производственной практике осуществляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества их выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Оценка результатов прохождения производственной практики:

| <b>Результаты прохождения практики</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>Формы и методы контроля и оценки результатов</b>                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Общие компетенции:<br>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;<br>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;<br>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, | Наблюдение за деятельностью обучающихся во время прохождения практики.<br>Оценка сформированности компетенций (да-нет). |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>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>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p> <p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p> |                                                                                                                                                                                              |
| <p>Профессиональные компетенции:</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>Контроль правильности и качества выполнения практических заданий.</p> <p>Контроль выполнения индивидуальных и групповых заданий.</p> <p>Оценка сформированности компетенций (да-нет).</p> |