

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

«24» декабря 2025 г.

ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

В СОСТАВЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде
Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»

образовательной программы

42.02.01 «Реклама»

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

42.02.01

код

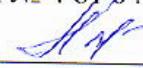
Реклама

наименование специальности

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических
дисциплин и рекламы

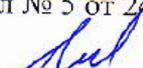
Протокол № 4 от 04.12.2025 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим
советом факультета СПО

Протокол № 5 от 24.12.2025 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

СОГЛАСОВАНА

Зам. декана по УПР:  /Бирюков И.Б./

«24» декабря 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	9
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	10

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 03.01 Цифровой маркетинг; МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет-среды.

Результаты, полученные при прохождении производственной практики, имеют как самостоятельное значение, так и используются при оценке освоения вида профессиональной деятельности, соответствующего профессиональному модулю ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

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 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и приобретение практического опыта по виду деятельности Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

1.3. Продолжительность производственной практики

В соответствии с учебным планом специальности на проведение производственной практики отводится 108 / 3 часов/неделя.

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	108
в том числе:	
лекции	12
практическая часть	90
экскурсии	
защита отчета по практике	6
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
Вводное / организационное занятие	Содержание учебного материала:	-	-
	1 Цели и задачи практики. Ознакомление с программой практики. Организация работы со справочной литературой. Организация рабочего места	2	ОК 01-02
Раздел 1	Характеристика и оценка современного состояния интернет-маркетинга	-	
Тема 1.1 Характеристика и оценка современного состояния интернет-маркетинга	Содержание учебного материала:	-	
	1 Характеристика и оценка современного состояния интернет-маркетинга	2	ОК 01-02, 3.1 – ПК 3.3
	Практические работы:	-	
	1 Характеризовать и оценивать современное состояние интернет-маркетинга	4	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
2 Назвать основных игроков интернет-маркетинга федерального и регионального уровня, приводит примеры реализованных рекламных кампаний, давать им оценку	6		
Раздел 2	Выявление и исследование целевых аудиторий в интернете		
Тема 2.1 Выявление и исследование целевых аудиторий в интернете для	Содержание учебного материала:		
	1 Выявление и исследование целевых аудиторий в интернете для конкретного объекта в соответствии с задачами авторского проекта или задания профильной организации	2	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3

конкретного объекта в соответствии с задачами авторского проекта или задания профильной организации	Практические работы:			
	1	Анализ вторичной документации – результатов выявления и/или исследования целевых аудиторий в предыдущие периоды (при наличии)	4	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	2	Определение методов выявления и исследований с учетом конкретных задач	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
3	Участие в разработке и проведении исследований аудитории в интернете	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3	
Раздел 3	Разработка и размещение продуктов разных видов рекламы в интернете			
Тема 3.1 Разработка и размещение продуктов разных видов рекламы в интернете в соответствии с задачами авторского проекта или задания профильной организации	Содержание учебного материала:			
	1	Разработка и размещение продуктов разных видов рекламы в интернете в соответствии с задачами авторского проекта или задания профильной организации	2	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	Практические работы:			
	1	Выбор видов интернет- рекламы под конкретную задачу, обоснование принимаемого решения	4	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	2	Разработка или участие в разработке рекламных продуктов для размещения в интернете	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
3	Мониторинг эффективности размещенных в интернете рекламных продуктов	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3	
Раздел 4	Продвижение объекта в социальных сетях			
Тема 4.1 Продвижение объекта в социальных сетях	Содержание учебного материала:			
	1	Продвижение объекта в социальных сетях	2	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	Практические работы:			
	1	Создание и оформление аккаунта объекта в выбранных социальных сетях (если не создан)	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	2	Формирование контент-плана на период производственной практики или с большим сроком	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	3	Наполнение аккаунта в соответствии с контент-планом	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
4	Работа с рекламным кабинетом: анализ предыдущим рекламных кампаний (при наличии), определение параметров рекламной кампании, планируемой или реализуемой в период практики	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3	
5	Мониторинг статистики аккаунта, в т.м. рекламного кабинете,	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3	

		предъявление визуально оформленных результатов мониторинга (скриншоты, комментарии)		
Раздел 5	Разработка веб-продукта для рекламируемого объекта			
Тема 5.1 Разработка веб-продукта для рекламируемого объекта	Содержание учебного материала			
	1	Разработка веб-продукта для рекламируемого объекта	2	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	Практические работы:			
	1	Определение интернет- платформы для разработки веб-продукта, определение формата продукта	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	2	Разработка структуры, подбор или разработка содержания	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
	3	Создание веб-продукта, оформление, наполнение содержанием, предъявление результата в виде работающей ссылки на веб-продукт	6	ОК 01-02, ПК 3.1 – ПК 3.3
Раздел 6	Оформление отчета		-	
Тема 6.1 Оформление отчета	Содержание учебного материала:		-	
	1	Оформление отчета с демонстрацией необходимых результатов работ	6	ОК 01-02
Всего:			108	-

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	Производственные помещения организации.

3.3. Информационное обеспечение практики

Учебная литература

1. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 269 с.
2. 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:

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

<p>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.</p>	
<p>Профессиональные компетенции: ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.</p>	<p>Контроль правильности и качества выполнения практических заданий. Контроль выполнения индивидуальных и групповых заданий. Оценка сформированности компетенций (да-нет).</p>