



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
«Многопрофильная Академия непрерывного образования»  
АНПОО «МАНО»  
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического  
совета АНПОО «МАНО»

Протокол № *01-01/2-1 от*

*02.02.2026 г.*



УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО «МАНО»

В.И. Гам

*02 февраля 20 26 г.*

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
по профессиональному модулю

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

Специальность 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Заочная форма обучения

Программа производственной практики профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **42.02.01 Реклама.**

Организация-разработчик:

АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик:

Белякова С.А., преподаватель колледжа.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ</b>	стр. 4
<b>2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ</b>	6
<b>3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ</b>	7
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ</b>	7
<b>5. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ, ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</b>	9

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

### 1.1. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Программа производственной практики является частью основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по специальности СПО 42.02.01 Реклама, в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

### 1.2. Цель производственной практики

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной Вид деятельности «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
<b>ОК 01.</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<b>ОК 02.</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 03</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

#### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 3</b>	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
<b>ПК.3.1.</b>	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
<b>ПК.3.2.</b>	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
<b>ПК 3.3.</b>	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

### **1.3. Количество часов на освоение программы практики**

Рабочая программа рассчитана на прохождение студентами практики в объеме 36 часов.

### **1.4. Требования к базам производственной практики**

Практика проводится согласно календарному учебному графику, утвержденному директором колледжа. Практика обучающихся проводится в организациях на основе прямых договоров между колледжем и организацией, в которую направляются обучающиеся.

Практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

## 2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование профессионального модуля, МДК, разделов	Содержание практики, виды работ, задания	Объем часов
МДК 01.01. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	<p style="text-align: center;"><b>Задания на практику:</b></p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия</li> <li>2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.</li> <li>3. Изготовить рекламный и/или PR материал.</li> <li>4. Изготовленная рекламная продукция.</li> <li>5. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.</li> </ol> <p>Защита отчета.</p>	36
МДК 01.02. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
	Дифференцированный зачет	
<b>Всего:</b>	<b>36</b>	

### 3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

- дневник практиканта,
- отчет студента о проделанной работе,
- характеристика руководителя практики от принимающей стороны.

### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития следующих профессиональных и общих компетенций студента:

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять и классифицировать рекламу;</li> <li>- применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p> <p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- результатов работы на практических занятиях;</li> <li>- результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- работать с нормативными документами в области рекламы;</li> <li>- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»</li> </ul>	
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- участников рекламной деятельности и их функции;</li> <li>- классификацию рекламы;</li> <li>- процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</li> <li>- понятие и основы брендинга;</li> <li>- методы оценки эффективности рекламы.</li> </ul>	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li> <li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li> <li>- аргументация выбора конкретного способа.</li> </ul>	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li> <li>- владение разными способами</li> </ul>	

	<p>представления информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>	
<b>ОК 03</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li> <li>- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации</li> </ul>	

**5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ**

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
<b>БЫЛО</b>	<b>СТАЛО</b>
Основание:	
Подпись лица внесшего изменения	