

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

связей с общественностью, рекламы и дизайна

факультета журналистики



\_\_\_\_\_ д.ф.н. Тулупов В.В.

28.06.2021 г.

**ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»  
УП 03.01 «Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта»**

1. Код и наименование направления подготовки/специальности: 42.02.01 «Реклама»
2. Профиль подготовки/специализация: гуманитарный
3. Квалификация (степень) выпускника: среднее профессиональное образование
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию практики: кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ
6. Составители программы: Осенкова Т.А. преп., к.ф.н.
7. Рекомендована: НМС факультета журналистики от 20.05.2021 г., Протокол №8

8. Учебный год: 2024/ 2025

Семестр(ы): 8

**9. Цель практики:**

Целью учебной практики по ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» является формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля.

**Задачи практики:**

- приобретение первичных навыков проведения социологических исследований
- ознакомление со структурой рекламного рынка;
- ознакомление с правовым сопровождением рекламной деятельности.

**10. Место практики в структуре ОПОП по ППССЗ:**

Программа учебной является составной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО специальности 42.02.01 Реклама Квалификация Специалист по рекламе и вида профессиональной деятельности (ВПД): «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»; модуль ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

**11. Вид практики, способ и форма ее проведения**

**Вид практики:** учебная

**Способ** \_\_\_\_\_ проведения практики: стационарная

Реализуется частично в форме практической подготовки.

**Формат проведения практики:** *концентрированно*

**12. Планируемые результаты обучения при прохождении практики (компетенции, приобретаемый практический опыт, знания и умения), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):**

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Составление программы социологического исследования на основе анализа рынка
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Выбор типовых методов и способов для решения профессиональных задач; оценка полученных результатов.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях с несением ответственности.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации,	Поиск информации, использование оптимальных

	необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	программ для выполнения профессиональных задач.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Грамотное применение информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

### 13. Объем практики (в соответствии с учебным планом)

Общая трудоемкость учебной/производственной практики составляет: 2 недели (72 часа).

**Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)** зачет.

### 14. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Всего	По семестрам	
		№ семестра	
		часы	часы практической подготовки
Всего часов	72		66
в том числе:			
Лекционные занятия (контактная работа)	2	2	
Практические занятия (контактная работа)	2	2	
Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов)	68		68
Форма промежуточной аттестации <i>зачет</i>			
Итого:	72	4	68

### 15. Содержание практики

п/п	Разделы (этапы) практики	Содержание раздела
1.	Подготовительный	Организационное собрание. Ознакомление с программой практики.
2.	Организационный	Содержательная формулировка задач для решения в ходе практики. Уточнение результатов,

		которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с руководителем практики, его корректировка.
3.	Исследовательский*	Осуществление поиска необходимых методов исследования для проведения исследования. Составление программы социологического исследования.
4.	Отчетный*	Оформление дневник практики в соответствии с требованиями*.
5.	Аттестационный	Подведение итогов учебной практики.

*1 При реализации практики частично в форме практической подготовки необходимо отметить (\*) отдельные виды учебной работы, реализуемые в форме практической подготовки.*

Содержание учебной / производственной практик

код ПК	Учебная практика				
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающих формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Показатели освоения ПК
1	2	3	4	5	6
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	1. Анализ рынка	72	репродуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
		2. Разработка программы социологического исследования		продуктивный	
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Выбор типовых методов и способов для решения профессиональных задач; оценка полученных результатов. Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях с несением ответственности;		продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы		продуктивный		

	выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Поиск информации, использование оптимальных профессиональных программ для выполнения профессиональных задач

продуктивный	
продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ

Объем часов (\*) определяется по каждой позиции столбцов 4 и 9.

Уровень освоения (\*\*) проставляется напротив каждого вида работ в столбцах 6 и 10.

Для характеристики уровня освоения вида работ используются следующие обозначения:

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

**16. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для прохождения практики** (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.
2.	Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/146809">https://e.lanbook.com/book/146809</a> (дата обращения: 13.02.2023).
3.	Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2017. — 241 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685024">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685024</a> (дата обращения: 16.02.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1.	Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / С. А. Зубков. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 152 с. — ISBN 978-5-8114-5975-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/146913">https://e.lanbook.com/book/146913</a> (дата обращения: 13.02.2023).
2.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. — Москва: Дашков и К°, 2020. — 324 с. — Режим доступа: URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042</a>

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

№ п/п	Ресурс
1.	Электронный образовательный портал ВГУ. - электронный курс ПМ 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ– Электронный университет ВГУ. <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8372">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8372</a>

\* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договоры у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

### **17. Информационные технологии, используемые при проведении практики, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)**

Практика проводится в форме контактной и самостоятельной работы.

Контактная работа предполагает на первом этапе знакомство с руководителем практики от вуза и от предприятия, определение с ним задания и консультацию по вопросам о прохождении практики; на заключительном, четвертом этапе, контактная работа предполагается при защите практики. Результаты практики предоставляются в виде дневника учебной практики руководителю от университета.

Остальные этапы практики построены на технологии интегрированного обучения (предполагают самостоятельную работу студента в организации, связанную с маркетинговым и правовым обеспечением реализации рекламного продукта).

Рекомендации по самостоятельной работе следующие: ведение дневника-отчета практики; выполнение рекомендаций руководителя практики от университета/организации по реализации задания; инициативность во время подготовки, проведения мероприятий, а также при сборе и обработке информации для маркетингового и правового обеспечения реализации рекламного продукта; при необходимости – изучение теоретического материала, представленного в дополнительном списке литературы; формирование и представление отчетной документации.

При прохождении практики могут быть использованы элементы электронного обучения (ЭО) и дистанционные образовательные технологии (ДОТ), смешанное обучение. Материалы практики размещены на платформе «Электронный университет ВГУ». - Практическая подготовка (практика)\_СПО Реклама 4 курс – Электронный университет ВГУ. - <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14616>.

### **18. Материально-техническое обеспечение практики:**

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; переносной ноутбук 15\*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244\*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

### **19. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике:**

### 19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (этапы) практики)
<p>ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>Уметь: выбирать оптимальные способы выполнения профессиональных задач, оценивать эффективность своей работы.</p> <p>Знать: задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности;</p>	<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>
		<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>Уметь: Применять информационно-коммуникационные технологии в рекламной деятельности для успешного решения профессиональных задач. Нести ответственность за свою работу. Знать: методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя</p>	<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>
		<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p>	<p>уметь: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей.</p> <p>знать: виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>
Промежуточная аттестация по практике		зачет

### 19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
<b>зачтено</b>	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.	Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате Power Point или другом. Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики.
<b>Не зачтено</b>	Частичное или полное невыполнение предусмотренных работ.	Сроки выполнения нарушены, отсутствует документ Дневник практики, студент не сумел продемонстрировать навыки организации и проведения социологического исследования; не владеет навыками презентации.

### 19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки компетенций, приобретаемого практического опыта, знаний и умений, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

**19.3.1 Тестовые задания.** Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции

Тестовые задания с вариантом ответа:

1. Выберите правильный вариант ответа:

**К социально-демографическим критериям сегментирования аудитории относятся:**

**А. пол, возраст, национальность, социальный статус;**

А. пол, возраст, стиль жизни, социальный статус;

В. пол, возраст, образование, лояльность к товару.  
стиль жизни, политические убеждения

2. Выберите правильный вариант ответа:

**Что в спортивном маркетинге именуется фандрайзингом?**

А. способ продажи билетов и абонементов на любые спортивные события

Д. комплекс мероприятий по продаже прав трансляций вещателям на спортивные соревнования

**С. комплекс мероприятий по сбору финансовых средств для нужд спортивной организации, поиску меценатов и спонсоров**

Д. совокупность способов и методов продвижения торговых марок спортивных организаций, спортивных клубов и федераций

Тестовые задания повышенной сложности:

**1. Биологический термин, означающий адаптивное сходство одного биологического вида с другим или с объектами окружающей среды, который часто используется в рекламе для обозначения товарных знаков, сюжетов, элементов фирменного стиля, скопированных у более успешных конкурентов.**

**Ответ: мимикрия**

2. Вставьте пропущенное слово:

Позиционирование – это процесс определения или проектирования \_\_\_\_\_ в сознании целевой аудитории, которую должна занять торговая марка по соотношению с конкурентными марками.

Ответ: позиции

**Мини-кейсы:**

1. Какой прием используется в данном рекламном изображении:



Ответ: Построение рекламы дуалистическим образом, свойственным мифологическому мышлению. Один из приемов, используемых в мифодизайне

2. . Перед вами овощной мармелад POLZA. Напишите небольшой пост (6-7 предложений) от имени блогера, увлечённого спортом и здоровым образом жизни, для продвижения данного продукта в соцсети «ВКонтакте».



Ответ: Не так давно я начал вести спортивный образ жизни и отказаться от всей вредной еды в рационе, от сладкого, кстати, тоже! Но благодаря полезному овощному мармеладу от бренда POLZA я всё так же могу радовать себя чем-то вкусненьким и одновременно питательным. Для себя я выбрал мармелад со вкусом томата и моркови, уж очень мне понравился их вкус! Теперь постоянно ношу его у себя в сумке на случай быстрого перекуса.

**Не бойтесь пробовать что-то новое и альтернативное тому, от чего давно хотели бы отказаться, но всё никак не могли. Этот пост - тот самый знак, что, наконец, пора начать!**

**19.3.2. Перечень практических заданий** (определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью).

1. Составить программу и провести исследования предпочтений целевых групп потребителей (целевая группа – по заданию руководителя практики).

Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики, описывая каждый день прохождения практики. Структура дневника практики приведена в положении о практической подготовке по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)).

**19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания приобретаемого практического опыта, знаний и умений, характеризующих этапы формирования компетенций.**

**Оценка знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, при прохождении практики проводится в ходе промежуточной аттестаций в форме зачета.**

**Промежуточная аттестация по практике включает подготовку дневника практики и**

**предоставление его Руководителю практики от Университета.**

**Критерии оценивания приведены выше. \_\_**