

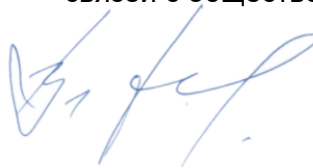
МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

связей с общественностью, рекламы и дизайна

факультета журналистики



\_\_\_\_\_ д.ф.н. Тулупов В.В.

28.05.2024 г.

**ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта  
УП 01.01 Практические основы проведения исследований для создания и 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 18.04.2024 г., Протокол №7

**8. Учебный год:** 2025/ 2026

**Семестр(ы):** 4

## 9. Цель практики:

Целью учебной практики по ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» является формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля.

### 9.3. Задачи учебной практики:

- ознакомление обучающихся с работой маркетолога;
- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по медиапланированию, маркетингу и праву в области рекламной деятельности.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:** ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ПК 4.1, ПК 4.2., ПК 4.3, ПК 4.4

В результате учебной практики по профессиональному модулю обучающийся должен:

#### **уметь:**

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- выбирать оптимальные медиаканалы;
- работать с нормативными документами в области рекламы.

#### **знать:**

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- принципы и правила проведения маркетинговых исследований;
- нормативные документы, регулирующие рекламную деятельность.

**Количество часов** на освоение учебной практики в рамках освоения ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» - 72 часа.

**Место проведения учебной практики:** на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

**Время проведения учебной практики:** 4 семестр

## 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	
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	верно определяет способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	владеет современными средствами поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Планирует собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	Эффективно работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	навыки устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого	сохранение окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы

	производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	работа с профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК. 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.	проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.	выбирать оптимальные медиаканалы; работать с нормативными документами в области рекламы
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.	знать задачи, цели и общие требования к рекламе; принципы и правила проведения маркетинговых исследований;
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	<b>знать</b> нормативные документы, регулирующие рекламную деятельность.

### 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		
В том числе:			
Практические занятия (контактная работа)	3	34	34
Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов)	64	36	36
Защита практики	6		
Форма промежуточной аттестации зачет		2	2
<b>Итого:</b>	<b>72</b>		<b>70</b>

### 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
ОК 1	<p>Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>1. Анализ рынка</p> <p>2. Разработка программы социологического исследования</p> <p>3. Выбор типовых методов и способов для решения профессиональных задач; оценка полученных результатов.</p> <p>Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях с несением ответственности;</p> <p>Поиск информации, использование оптимальных профессиональных программ для выполнения профессиональных задач</p>	72	репродуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
ОК 2.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;			продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
ОК 3.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;			продуктивный	
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;			продуктивный	
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;			продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ

ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ПК 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

продуктивный	
продуктивный	
продуктивный	
продуктивный	
продуктивный	
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>

\* 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.

#### **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>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>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;</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</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>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p> <p>ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</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 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.</p> <p>ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.</p> <p>ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.</p> <p>ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</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?**

A. способ продажи билетов и абонементов на любые спортивные события

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

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

D. 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.