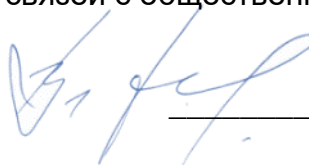


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна
факультета журналистики



_____ д.ф.н. Тулупов В.В.

28.04.2024 г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде
Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»**

**УП.03.01 Практические основы продвижения торговых марок, брендов и
организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных
технологий**

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 протокол от 18.04.2024 № 7
 8. Учебный год: 2026/2027
- Семестр(ы): 6 семестр**

9. Цель практики:**Цели учебной практики:**

Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели учебной практики:

- получение профессиональных знаний о принципах и методах продвижения торговых марок, брендов и организаций в Интернете.

Задачи учебной практики:

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по продвижению торговых марок, брендов и организаций в Интернете.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК, ОК 5, ОК 9, ПК 3.1., ПК 3.2, ПП 3.3.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

- работать с различными инструментами и технологиями для продвижения в Интернете.
- анализировать эффективность продвижения в Интернете.

знать:

- основные принципы и методы продвижения в Интернете.
- особенности работы с целевой аудиторией в Интернете.

Количество часов на освоение учебной практики в рамках освоения ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» - 36 часов.

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

Время проведения учебной практики: 6 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;	<p>знать: технику, технологии и технические средства интернете рекламы</p> <p>уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</p>
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач	<p>знать: технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p>

	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;	знать: технологию создания Интернет-рекламы; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	знать: особенности распределения обязанностей в команде при разработки и внедрении РП в Интернет.
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	иметь практический опыт создания текста для интернет-каналов.
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Иметь практический опыт: работы с профессиональным программным обеспечением.
ПК 3.1.	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	иметь практический опыт: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта для размещения в Интернете уметь: Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2.	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	Иметь практический опыт: построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации в Интернете знать: технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.
ПК	ПК 3.3. Проводить	Иметь практический опыт: производства рекламного продукта

3.3.	рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
------	--	--

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	36	38	
в том числе:			
Лекционные занятия (контактная работа)	2	2	
Практические занятия (контактная работа)	16	16	
Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов)	18	18	34
Форма промежуточной аттестации зачет			
Итого:	36		34

15. Содержание практики¹

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 идеи для разработки стратегии продвижения в сети Интернет.
4	Отчетный	Оформление дневника 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 практики

Код ПК	Учебная практика				
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Показатели освоения ПК
ПК 3.1. – 3.3.	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.	разработка стратегии продвижения бренда сети Интернет	72	Репродуктивный	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
		Создание текстов Интернет-рекламы		Продуктивный	
		Разработка контента для социальных сетей		Продуктивный	
		Внедрение таргетированной рекламы		Продуктивный	
		Разработка видео и аудио – контента для публикаций в Интернете		Продуктивный	

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: https://e.lanbook.com/book/146809 (дата обращения: 13.02.2023).

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1.	Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422
2.	Рекламный креатив: технологии разработки : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013 .— 188, [1] с. : табл
3.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042

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

№ п/п	Ресурс
1.	Электронный образовательный портал ВГУ.

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

Практика проводится в форме контактной и самостоятельной работы. Рекомендации обучающимся: во время прохождения практики необходимо вести дневник практики, фиксируя ход и результаты деятельности.

Дистанционные образовательные технологии использованы в виде электронного учебно-методического комплекса ПМ 02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ». – Электронный университет ВГУ. <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8373>

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:

Компетенция		Планируемые результаты обучения	Этапы формирования компетенции (разделы (этапы) практики)
Код	Название		
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	<p>знать: технику, технологии и технические средства интернете рекламы</p> <p>уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</p>	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	<p>знать: технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p>	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.

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;	знать: технологию создания Интернет-рекламы; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	знать: особенности распределения обязанностей в команде при разработки и внедрении РП в Интернет.	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	иметь практический опыт создания текста для интернет-каналов.	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Иметь практический опыт: работы с профессиональным программным обеспечением.	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ПК 3.1.	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	иметь практический опыт: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта для размещения в Интернете уметь: Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ПК 3.2.	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	Иметь практический опыт: построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.

		рекламного продукта; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации в Интернете знать: технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.	работа.
ПК 3.3.	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Иметь практический опыт: производства рекламного продукта инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.

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

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
зачтено	ставится обучающемуся, который выполнил в срок программу практики, предоставил все необходимые документы.	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.
Незачтено	ставится обучающемуся, который не выполнил программу практики	Сроки выполнения нарушены, отсутствует документ Дневник практики, студент не сумел продемонстрировать навыки разработки дизайна рекламной продукции и 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:

Что такое растровая графика, каковы ее особенности?

A. Изображение, составленное из пикселей. Качество изображения напрямую зависит от количества пикселей.

A. Изображение, основанное на математическом описании геометрических объектов. Качество изображения не зависит от количества пикселей.

B. Изображение, основанное путём моделирования объёмных объектов. Качество изображения зависит от количества пикселей.

C. редактирование изображений с помощью компьютера

2. Выберите правильный вариант ответа:

Замена фона в графическом редакторе на прозрачный либо полностью белый фон, с возможным последующим восстановлением теней:

A. **обтравка**

B. виньетирование

C. тримминг

D. заливка

3.

Тестовые задания повышенной сложности:

1. В CorelDRAW PostScript заливку на экране просмотреть возможно:

Ответ: нажав F11

2. В CorelDRAW для изменения порядка наложения объектов внутри группы необходимо:

Ответ: Нажать Ctrl+PgUp

3. рекламный щит с тремя чередующимися сторонами, динамический рекламодатель, представляющий собой настенный или отдельно стоящий щит, информационное поле которого образовано набором равносторонних трехгранных призм

Ответ: тривижен/призматрон

4. последовательность движений в кадре, выражающая законченную мысль

Ответ: пластическая фраза

Мини-кейсы:

1. Напишите текст аудиорекламы для подкаста (с указанием интершумов и музыкального сопровождения) фестиваля «Воронеж-город сад»

Ответ: 5 баллов – идея оригинальна, учтены особенности рекламируемого продукта

2 балла- идея не очень оригинальна или не учтены особенности рекламируемого продукта

0 баллов - идея банальна, не учтены особенности рекламируемого продукта

4. Напишите текст аудиорекламы для подкаста (с указанием интершумов и музыкального сопровождения) Дня открытых дверей факультета журналистики ВГУ

Ответ: 5 баллов – идея оригинальна, учтены особенности рекламируемого продукта

2 балла- идея не очень оригинальна или не учтены особенности рекламируемого продукта

0 баллов - идея банальна, не учтены особенности рекламируемого продукта

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

1. Настройка видеоборудования и освещения для съёмки рекламного ролика;
2. Съёмка рекламного видеоролика по заданной теме;
3. Монтаж видеоролика, согласно технического задания;
4. Составления коммерческого предложения по созданию рекламной компании в интернете
5. Составить контент-план для социальных сетей

19.3. 2 Содержание (структура) дневника практики

Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики, описывая каждый день прохождения практики. Структура отчета и 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.

Промежуточная аттестация по практике включает подготовку дневника практики и предоставление его Руководителю практики от Университета. Критерии оценивания приведены выше.