

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Высшая школа креативных индустрий
Колледж креативных индустрий

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации и проведению практики

ПП.02.01 Производственная практика по модулю " Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма обучения очная

Ставрополь, 2026

Методические указания к производственной практике составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 и примерной основной образовательной программы СПО, и предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 42.02.01 Реклама.

Методические указания к производственной практике разработаны:

1. Губаев К.С., ассистент департамента медиакоммуникаций ВШКИ

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Директор ООО «РУМЕДИА ГРУПП»,
г. Ставрополь

Сухарева Е.А.

Общие положения

Производственная практика является обязательным этапом при подготовке студентов по специальности 42.02.01 Реклама. Ее прохождение является составной частью образовательной программы среднего профессионального образования по избранной специальности. Производственная практика организуется колледжем, руководителем практики от колледжа (куратором), проводится на базе организаций (по профилю специальности) (или структурных подразделениях СКФУ). Программа по производственной практике направлена на всестороннее улучшение качества профессиональной подготовки студентов в период обучения в колледже. В период проведения практики осуществляется практическое обучение студентов профессиональной деятельности, формируются основные навыки и умения по избранной специальности. Методические указания имеют своей целью обеспечение порядка, логики и специфики прохождения практики, конкретизацию мероприятий с целью распространения наиболее эффективных, рациональных вариантов, образцов профессиональных навыков применительно к такому виду деятельности студента, как профессиональная деятельность в области рекламы и связей с общественностью.

Практика организуется на основе реализации принципов креативности и профессионализма:

- креативность предполагает актуализацию и стимулирование творческого подхода студентов к подготовке и проведению различных видов работы;
- профессионализм предусматривает отбор содержания и построения работы в организациях и кампаниях, осуществляющих рекламную и PR-деятельность, общественных и государственных организациях информационно-аналитического профиля.

Объектами прохождения производственной практики могут быть компании и организации, осуществляющие рекламную и PR-деятельность, а также общественные и государственные организации данного профиля г. Ставрополя и Ставропольского края, а также иных регионов РФ.

Практика проходит в 5 семестре в течение 2 недель. Консультации по практике проводятся (с куратором по практике от колледжа) в соответствии с назначенным временем и графиком их проведения.

Цели и задачи производственной практики

Производственная практика по специальности 42.02.01 Реклама является завершающим этапом обучения соответствующего профессионального модуля и проводится концентрированно после освоения студентами программы теоретического и практического обучения профессионального модуля.

Цель производственной практики – закрепление теоретических знаний и совершенствование практических навыков, полученных обучающимися в процессе учебной деятельности, а также формирование профессиональных и общих компетенций, предусмотренных профессиональным модулем ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий" по каждому из видов профессиональной деятельности в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Задачами производственной практики являются:

- формирование у студента общих и профессиональных компетенций;

- приобретение практического опыта, реализуемого в рамках ОП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 42.02.01 Реклама;
- проверка знаний, полученных при изучении ПМ 1. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
- ознакомиться с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении);
- ознакомиться с основными направлениями рекламной и PR-деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью;
- изучить основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения;
- изучить структуру и направления работы рекламных и PR-агентств, и отделов;
- оказывать помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе;
- самостоятельно выполнять некоторые виды рекламной и PR-деятельности.

Требования к результатам освоения практики

Проверка выполнения студентами программы практики осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации руководителями практики от колледжа. Текущий контроль осуществляется путем наблюдения за работой студента по программе практики (сбор материала, подготовка отчета, консультации по усвоенным вопросам программы).

Производственная практика начинается с установочного занятия, которое проводит заведующий учебно-производственной практикой колледжа, где разъясняется порядок прохождения практики, ее цель, задачи, содержание и сроки проведения.

По результатам прохождения практики обучающийся представляет руководителю практики от колледжа дневник по практике, по форме, установленной в Методических рекомендациях по организации и проведению практики обучающихся колледжа.

Оценка по практике или зачет приравниваются к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитываются при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

Обучающиеся, не выполнившие программы практики по уважительной причине, направляются на практику вторично в свободное от учебы время. Обучающиеся, не выполнившие программы практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из колледжа, как имеющие академическую задолженность, в порядке, предусмотренном Уставом СКФУ.

Перечень осваиваемых компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Выбирать 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
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
--	--

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании

Обязанности руководителя практики

Руководитель практики от колледжа:

- разрабатывает программы и методическое обеспечение по каждому виду практики по специальности;
- устанавливает связь с руководителями практики от предприятия, учреждения, организации и согласовывает с ними программы проведения практики;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- организует проведение аттестации по практике;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий обучающимися;
- принимает участие в распределении обучающихся по рабочим местам или перемещению их по видам работ в организации, либо структурных подразделениях института;
- несет ответственность совместно с руководителем практики от предприятия, учреждения, организации за соблюдение обучающимися правил техники безопасности;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к отчетной работе;
- оценивает результаты выполнения обучающимися программы практики;
- проводит мероприятие по анализу итогов практики;
- контролирует ведение дневников, подготовку отчетов обучающихся.

Обязанности студента – практиканта

В ходе прохождения практики студент должен:

- изучить организационно-управленческую структуру организации;
- изучить нормативно-правовое обеспечение деятельности организации (Устав, лицензии, законодательные акты, регулирующие деятельность организации);
- ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими рекламную и PR-деятельность организации;
- дать анализ уровня и состояния используемого в организации технического оборудования;
- получить опыт работы с профессиональным оборудованием/программами (ПК, видеооборудование, копировальная техника и т.д.);

- провести анализ каналов размещения рекламной и/или PR-информации, используемой для продвижения компании;
- изучить роль рекламы в укреплении конкурентоспособности организации на рынке;
- участвовать (при необходимости) в коррекции и отработке клиентской базы организации;
- приобрести опыт выполнения различных видов рекламной и/или PR-деятельности, осуществляемой на предприятии.

В течение практики студент обязан:

- выполнить в полном объеме индивидуальные задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- вести дневник производственной практики, где фиксируются все виды работ, выполняемых в течение рабочего дня
- в срок подготовить и защитить отчет о практике.

Практика считается завершенной при условии выполнения студентом всех требований программы практики.

Структура и содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 2 недели (72 ч.) – 5 семестр. Форма контроля – дифференцированный зачет.

Процедура прохождения практики включает в себя следующие этапы: подготовительный, прохождение практики на предприятии (основной этап), и итоговый этап (подготовка и защита отчёта по практике). На каждом этапе практики осуществляется текущий контроль за процессом формирования компетенций.

Задания предусматривают овладение компетенциями на разных уровнях: базовом и повышенном. Их принципиальное отличие состоит в уровне аналитических и сравнительных разработок.

Содержание производственной практики направлено на формирование у студентов адекватного представления об их будущей профессии и овладение навыками работы по специальности.

В ходе первичной консультации научного руководителя, в которой он представляет основные требования, нормативные положения и формы отчетности результатов практики, студент уясняет цель и задачи учебной профессионально-ознакомительной практики, намечает основные виды работ. В ходе последующих консультаций руководитель знакомит студента с планируемыми к изучению проблемами, определяет даты проведения консультаций, дает краткую характеристику особенностей работы, с которым студенту предстоит иметь дело при прохождении практики.

Для успешного прохождения практики необходимы «входные» знания, умения и готовности обучающегося, приобретенные в результате освоения всех предшествующих профильных дисциплин.

Во время проведения практики используются следующие технологии: групповые организационные собрания, индивидуальные консультации по выполнению программы практики. Предусматривается проведение самостоятельной работы студентов под контролем научного руководителя, осуществляется обучение правилам написания отчета по практике.

Разрабатываются и пробуются различные методики проведения соответствующих работ, проводится первичная обработка и первичная или окончательная интерпретация данных, составляются рекомендации и предложения.

При прохождении практики студент:

- ☐ знакомится с организацией процесса профессиональной работы учреждения или подразделения;
- ☐ занимается анализом документов, в том числе переводом с русского на иностранный и наоборот (объем устанавливает руководитель практики);
- ☐ совершенствует свои знания и умения работы с помощью мультимедийных технологий, обрабатывая с их помощью научный материал;
- ☐ внимательно изучает опыт работы сотрудников;
- ☐ знакомится с особенностями работы отделов рекламы и PR-служб, изучает требования к разного рода сопроводительным документам.

При распределении студентов по базам практики учитывается профиль студента. За месяц до начала практики кафедра проводит организационное собрание (конференцию) с обязательным присутствием всех студентов и руководителей, ответственных за ее прохождение. Целью конференции является закрепление студентов за отдельными руководителями, базами практики, ознакомление с ее программой и формой отчетности. Перед прохождением практики студент должен встретиться со своим руководителем и получить от него дневник и индивидуальное задание.

Для обеспечения безопасности в производственных подразделениях (отделах организации) и административных структурах по прибытии на практику студент обязан пройти инструктаж по технике безопасности. Совместно с руководителем от организации студент должен составить график прохождения практики с указанием сроков прохождения в каждом структурном подразделении предприятия. График должен быть согласован с руководителем практики от кафедры и затем занесен в дневник. Дневник заполняется ежедневно, кратко характеризуя выполненный объем работ. Дневник заполняется грамотно и аккуратно. Записи в дневнике заверяются руководителями данных структурных подразделений. Для успешного прохождения практики необходимы «входные» знания, умения и готовности обучающегося, приобретенные в результате освоения всех предшествующих профильных дисциплин, изучаемых студентами.

По окончании практики студент предоставляет руководителю от организации законченный отчет и дневник. На основании отчета руководитель дает в дневнике характеристику результатов работы студента. На титульном листе отчета ставится подпись руководителя и печать предприятия.

Задания и порядок их выполнения

№ п/п	Формулировка задания	Контролируемые компетенции
1.	Ознакомительные лекции (определение круга обязанностей и полномочий сотрудников компании, знакомство с основными принципами и приемами работы в избранной студентом организации).	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
2.	Определение круга обязанностей и полномочий сотрудников компании, знакомство с основными принципами и приемами работы в избранном студентом	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

	организации.	
3.	Разработка индивидуального плана прохождения практики; планирование деятельности на всех ее основных фазах - от постановки задачи до написания рекламного текста (создания видео-, аудиороликов).	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
4.	Самостоятельная работа студентов, связанная с поиском, сбором, селекцией информации.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
5.	Самостоятельная работа студента по заданию организации с элементами анализа проблемы.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Структура и содержание отчета

По результатам прохождения практики студент должен заполнить дневник, составить отчет и защитить его.

Отчет о практике (приложение 1) – основной документ, характеризующий работу студента во время практики.

Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан 14 пт шрифтом 1,5 интервалом с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТом.

Основные требования по заполнению дневника студента по практике:

1. Заполнить информационную часть.
2. Совместно с руководителем практики составить план работы. Получить индивидуальные задания по профилю подготовки.
3. Регулярно записывать все реально выполняемые работы.
4. Один раз в неделю (во время консультаций) предоставлять дневник на просмотр руководителю практики.

В отчете должны быть представлены:

1. Материалы, подготовленные студентом в период прохождения практики.
2. Характеристика, выданная по месту прохождения практики, составленная ответственным сотрудником, заверенная подписью и печатью организации.
3. Отчет о прохождении практики, созданный обучающимся самостоятельно, включающий всю информацию о прохождении практики, (личные впечатления от работы в данном издании, профессионального контакта со старшими коллегами, рассказ о профессиональных техниках и технологиях, практикуемых в данной организации и освоенных обучающимся в ходе практики).
4. Дневник практики, отражающий календарный план мероприятий, в которых обучающийся принял участие за время прохождения практики.

При проверке задания и защите отчета оценивается общая культура; (речь, манера поведения, внешний вид); профессиональная компетентность; объем изученного основного материала; объем изученного дополнительного материала; владение навыками коммуникативного взаимодействия (тактичность, эмоциональность, принятие, толерантность, культура речи); соответствие применяемых форм работы и эффективность

выполнения задач; профессиональная компетентность; достижение поставленной цели; соблюдение этических норм.

Защита отчета о практике:

- ☐ отчет представляется научному руководителю практики для проверки;
- ☐ руководитель выявляет, насколько полно и глубоко студент изучил круг вопросов, определенных индивидуальной программой практики;
- ☐ результаты прохождения практики обсуждаются на конференции, проводимой руководителем практики;
- ☐ дифференцированная оценка выставляется научным руководителем с учетом отзыва руководителя практики от организации и итогов обсуждения на конференции.

Указанный перечень не является исчерпывающим, и практикант может включить в отчет дополнительные разделы, содержащие релевантную для раскрытия темы диссертации информацию.

К отчету должен быть приложен отзыв руководителя практики с оценкой работы практиканта.

Критерии выставления оценок

Оценка «отлично» выставляется, если студент знает круг обязанностей и полномочий сотрудников работы рекламных и PR-агентств и отделов, знаком с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), ознакомился с основными направлениями рекламной и PR- деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью, изучил основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения, изучил структуру и направления работы рекламных и PR-агентств и отделов, оказывал помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе, самостоятельно выполнил некоторые виды работ в сфере рекламной и PR-деятельности, умел работать индивидуально и в качестве члена команды; сдал все задания, подготовил и сдал отчет.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент знает круг обязанностей и полномочий сотрудников работы рекламных и PR-агентств и отделов, знаком с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), ознакомился с основными направлениями рекламной и PR-деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью, изучил основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения, изучил структуру и направления работы рекламных и PR-агентств и отделов, оказывал помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе, самостоятельно выполнил некоторые виды работ в сфере рекламной и PR-деятельности, умел работать индивидуально и в качестве члена команды; получение теоретически и практически значимых результатов, задания выполнил на 80%, сдал отчет.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент в некоторой степени знает круг обязанностей и полномочий сотрудников работы рекламных и PR-агентств и отделов, знаком с некоторыми принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), ознакомился с основными направлениями рекламной и PR-деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью, изучил некоторые нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения, изучил структуру и направления работы рекламных и PR-агентств и отделов, оказывал помощь рекламным и PR-менеджерам

в их работе, самостоятельно выполнил некоторые виды работ в сфере рекламной и PR-деятельности, умел работать индивидуально и в качестве члена команды; получение теоретически и практически значимых результатов, задания выполнены на 60%, сдан отчет.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент не знает круг обязанностей и полномочий сотрудников работы рекламных и PR-агентств и отделов, не знаком с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении), не ознакомился с основными направлениями рекламной и PR-деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью, не изучил основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения, не изучил структуру и направления работы рекламных и PR-агентств и отделов, не оказывал помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе, самостоятельно не выполнил некоторые виды работ в сфере рекламной и PR-деятельности, не работал индивидуально и в качестве члена команды; выполнено заданий менее 50%, отчет не подготовлен.

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

Основные источники:

1. Долматов, А. В. Креативные методы и проектные технологии в развивающем образовании : учебник / А. В. Долматов, Л. А. Долматова. — Санкт-Петербург : РГПУ им. А. И. Герцена, 2023. — 328 с. — ISBN 978-5-8064-3244-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/355352> (дата обращения: 20.05.2026).

Дополнительные источники:

1. Хамаганова К.В. Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие для СПО / Хамаганова К.В.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2024. — 116 с.

2. Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий учебное пособие / Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 129 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162892> (дата обращения: 20.05.2026).

3. Маркетинговые коммуникации : методические указания / составители Е. О. Таппасханова [и др.]. — Нальчик : КБГУ, 2018. — 38 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/170866> (дата обращения: 20.05.2026).

4. Реклама: технологии воздействия / под общ. ред. Е. Н. Ежовой ; М-во образования и науки Рос. Федерации, ГОУ ВПО «Ставроп. гос. ун-т». — Ставрополь : Изд-во СГУ, 2010. — 327 с. — Библиогр.: с. 305-325. — ISBN 978-5-88648-737-4

Интернет источники:

1. <http://www.Adme.ru>. — Видеохостинг креативной рекламы.
2. <http://www.BrandsInfo.ru>. — Каталог историй появления знаменитых брендов со всего мира.

3. <http://www.intv.ru>. — Видеохостинг (видеоархив, интернет-телевидение).
4. <http://www.sostav.ru>. — Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
5. <http://www.StoryBrand.ru>. — Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

6. <http://www.telead.ru>. — Архив телевизионной рекламы.

7. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования «Северо-Кавказский федеральный университет»
Колледж Креативных индустрий, г. Ставрополь

Допущен к защите
«__» _____ 20__ г.
Директор колледжа ФИО
_____ (подпись)

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

УП.02.01 Учебная практика по модулю «Разработка и осуществление стратегического и
тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и
мероприятий

Руководитель практики от профильной
организации:
ФИО должность

_____ (подпись)

Выполнил:
ФИО студента
курс, группа __ специальность код
Наименование
очная форма обучения
_____ (подпись)

Руководитель практики:
ФИО, должность
_____ (подпись)

Отчет защищен с оценкой _____

Дата защиты _____

г. Ставрополь 2026 г.